



**DIOGO VIEIRA  
FERREIRA**

**ELEIÇÕES DE SEGUNDA-ORDEM? ANÁLISE DOS  
MATERIAIS DE CAMPANHA PARA AS ELEIÇÕES  
EUROPEIAS DURANTE E PÓS-CRISE DO EURO  
(2009-2019)**



**DIOGO VIEIRA  
FERREIRA**

## **ELEIÇÕES DE SEGUNDA-ORDEM? ANÁLISE DOS MATERIAIS DE CAMPANHA PARA AS ELEIÇÕES EUROPEIAS DURANTE E PÓS-CRISE DO EURO (2009-2019)**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciência Política, realizada sob a orientação científica da Doutora Patrícia Catarina de Sousa e Silva, Professora Auxiliar do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro

A investigação desta dissertação foi realizada no âmbito do Projeto “Changing European Elections” (PTDC/IVC-CPO/3481/2014), financiado pelo Programa Operacional Competitividade e Internacionalização, COMPETE 2020 e pelo Programa Operacional Regional de Lisboa, PO Lisboa (POCI-01-0145-FEDER-016887).



POCI-01-0145-FEDER-016887

COMPETE  
2020

PORTUGAL  
2020

EUROPEAN UNION  
Funding for the Region

FCT  
Fundação para a Ciência e a Tecnologia

Dedico o meu trabalho intensivo na dissertação à minha família, nomeadamente aos meus avós, mãe e tios por me estarem sempre a apoiar nos meus momentos dentro e fora dos estudos.

## **o júri**

### **Presidente**

Doutor Varqá Carlos Jalali  
Professor Associado da Universidade de Aveiro

### **Vogais**

Doutor Tiago André Casal da Silva  
Investigador de Pós Doutoramento do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa

Doutora Patrícia Catarina de Sousa e Silva (Orientadora)  
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Agradeço à minha orientadora, a Dra. Patrícia Silva, e ao nosso diretor de curso de mestrado, o Dr. Carlos Jalali, pelo apoio constante na minha fase de investigação.

Complementarmente, gostaria de agradecer a unidade de investigação do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território, o GOVCOPP, no âmbito do Projeto "Eleições Europeias em mudança: o impacto dos programas de ajustamento na Zona Euro nas campanhas das Eleições para o Parlamento Europeu (PTDC/IVC-CPO/ 3481/2014)", por contar com os dados necessários pela realização da dissertação.

## **palavras-chave**

Campanhas políticas, comunicação política, eleições de segunda-ordem, eleições parlamentares europeias, mobilização estratégica partidária, Portugal e Espanha.

## **resumo**

As eleições europeias tendem a ser consideradas como "eleições de segunda ordem". Vários argumentos foram apresentados para demonstrar tanto a menor relevância das eleições ao Parlamento Europeu quanto a resiliência do modelo de segunda ordem: baixo interesse da comunicação social nessas eleições; menor visibilidade das questões europeias com foco nas questões domésticas; menor participação eleitoral; e candidatos de menor qualidade. Esta dissertação procura contribuir para a investigação académica sobre o modelo de eleições de segunda ordem, analisando campanhas eleitorais tanto longitudinalmente quanto comparativamente. Especificamente, a investigação procura analisar a relevância das questões domésticas e/ou europeias em três ciclos eleitorais (eleições para o Parlamento Europeu em 2009, 2014 e 2019), comparando as mensagens políticas das campanhas eleitorais europeias entre Portugal e Espanha, testando a permanência do modelo de segunda-ordem ou a existência de uma mobilização estratégica partidária da União Europeia (UE).

A investigação compreende uma análise de conteúdo de materiais de campanha – tempos de antena, posters/cartazes e comunicados de imprensa – de todos os partidos nacionais nos países ibéricos que obtiveram um assento no Parlamento Europeu (PE). Tendo por base esta análise de conteúdo, encontramos evidência de que a visibilidade europeia nos materiais de campanha tem sido destacada ao longo dos três períodos eleitorais, atingindo o seu maior crescimento nas eleições europeias de 2019, num período pós-crise da zona Euro, e que cuja visibilidade seja articulada e contestada por ambos partidos no espectro pró-europeu e anti-europeu. No entanto, a nossa análise sugere que dentro do tom das mensagens transmitidas existe um crescimento de avaliações negativas perante o projeto de integração europeia e o funcionamento das instituições europeias em 2019. Iremos concluir que o modelo de segunda-ordem nos países ibéricos é desafiado por um surgimento de mobilização dos partidos nacionais na articulação e contestação da UE nas suas campanhas eleitorais.

**keywords**

European parliamentary elections, political campaigns, political communication, Portugal and Spain, second-order elections, strategic party mobilization.

**abstract**

European Elections tend to be regarded as “second-order elections”. Several arguments have been put forward to demonstrate both the lower relevance of EP elections, and the resilience of the second-order model: low interest of the media in these elections; lower visibility of European issues with a focus on domestic issues; lower turnout and lower quality candidates.

This dissertation seeks to contribute to the scholarly research on the second-order elections model by analysing election campaigns both longitudinally and comparatively. In specific, our research seeks to analyse the domestic and/or European issue salience across three electoral cycles (European Parliament elections in 2009, in 2014 and in 2019), comparing the political messages on European election campaigns between Portugal and Spain. This research comprises a content analysis of campaigning materials - TV spots, posters and press releases – from all national parties of the Iberian countries who have gained obtained a seat on the European Parliament (EP), testing the permanence of the second-order model or the existence of a strategic European Union (EU) party mobilization.

Based on this content analysis, we found evidence that European visibility in campaign materials has been highlighted over the three electoral periods, reaching its greatest growth in the 2019 European elections, in a post-Eurozone crisis period, and that such visibility is articulated and contested by both parties in the pro-European and anti-European spectrum. However, our analysis suggests that within the tone of the transmitted messages there is a growth of negative evaluations regarding the European integration project and the functioning of the European institutions in 2019. We will conclude that the second-order model in the Iberian countries is challenged by the emergence of a mobilization of national parties in the articulation and contestation of the EU in their electoral campaigns.

# Índice

Introdução .....	1
Capítulo 1 – O modelo das Eleições de Segunda Ordem .....	7
1.1 – Eleições para o Parlamento Europeu e o seu contexto .....	11
1.2 – A importância da comunicação política nas eleições para o PE .....	15
Capítulo 2 – Politização e saliência temática da União Europeia .....	19
2.1 – Os partidos como protagonistas do modelo de segunda-ordem ou de mobilização estratégica? .....	22
Capítulo 3 – Portugal e Espanha: campanhas eleitorais para o Parlamento Europeu nos países ibéricos .....	29
3.1 – Portugal .....	29
3.2 – Espanha .....	31
3.3 – Participação eleitoral nas eleições para o Parlamento Europeu em Portugal e Espanha .....	34
Capítulo 4 – Objetivos, Hipóteses e Metodologia .....	45
4.1 – Questão de investigação e objetivos .....	45
4.2 – Hipóteses .....	46
4.3 – Métodos e dados .....	51
Capítulo 5 – Eleições de segunda-ordem? Uma década em análise .....	65
5.1 – Saliência de temas económicos nas campanhas eleitorais .....	66
5.2 – Articulação da UE .....	73
5.3 – Contestação da UE .....	81
5.4 – Tom das mensagens referentes à UE .....	90
Capítulo 6 – Considerações finais .....	97
Bibliografia .....	101



## Lista de tabelas

Tabela 1 – Eleições europeias: partidos que se candidataram e obtiveram assentos no PE pela 1ª vez .....	39
Tabela 2 – Número de campanhas eleitorais (por ano).....	52
Tabela 3 – Indicadores de Visibilidade da UE e o seu foco através da Articulação da UE.....	55
Tabela 4 – Indicadores de Visibilidade da UE e o seu foco através da Contestação da UE.....	57
Tabela 5 – Posicionamento dos partidos face a cada clivagem .....	58
Tabela 6 – Papel da UE em cada clivagem.....	59
Tabela 7 – Posição dos partidos e as suas avaliações da UE e do seu funcionamento.....	61
Tabela 8 – Saliência temática e a sua justificação principal .....	68
Tabela 9 – Clivagens presentes nas mensagens de campanha e a sua Visibilidade entre Portugal e Espanha.....	82
Tabela 10 – Avaliação do papel da UE em cada clivagem (% por ano).....	84
Tabela 11 – Posicionamento dos partidos nacionais face a cada clivagem.....	86
Tabela 12 – Papel da UE em cada clivagem (% por país e ano).....	87
Tabela 13 – Posições dos partidos nacionais em cada clivagem (% por país e por ano)...	88

## Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Participação eleitoral em Portugal: comparação entre a % de votos nas eleições europeias com as mais recentes eleições nacionais.....	36
Gráfico 2 – Participação eleitoral em Espanha: comparação entre a % de votos nas eleições europeias com as mais recentes eleições nacionais.....	37
Gráfico 3 – Percentagem de votos nos partidos incumbentes e nos restantes partidos em Portugal durante as eleições europeias.....	41
Gráfico 4 – Percentagem de votos nos partidos incumbentes e nos restantes partidos em Espanha durante as eleições europeias.....	42
Gráfico 5 – Justificação dos temas (% total).....	69
Gráfico 6 – Tópicos debatidos nas campanhas para as Eleições para o Parlamento Europeu (% por ano).....	70
Gráfico 7 – Tópicos debatidos nas campanhas para as Eleições para o Parlamento Europeu (% por ano e país).....	72
Gráfico 8 – Articulação da UE: Foco dos atores principais (Portugal).....	74
Gráfico 9 – Articulação da UE: Foco dos temas principais (Portugal).....	74
Gráfico 10 – Articulação da UE: Foco dos atores principais (Espanha).....	75
Gráfico 11 – Articulação da UE: Foco dos temas principais (Espanha).....	75
Gráfico 12 – Foco dos símbolos usados nos materiais de campanha em Portugal.....	76
Gráfico 13 – Foco dos símbolos usados nos materiais de campanha em Espanha.....	76
Gráfico 14 – Percentagem de visibilidade da UE nos materiais de campanha para as eleições europeias (% total).....	77
Gráfico 15 – Visibilidade da UE nos atores (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha).....	78
Gráfico 16 – Visibilidade da UE nos temas (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha).....	79
Gráfico 17 – Visibilidade da UE nos símbolos (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha).....	79
Gráfico 18 – Percentagem total de visibilidade da UE* nos materiais de campanha (% por posicionamento dos partidos).....	80
Gráfico 19 – Visibilidade da UE por país (% total).....	80

Gráfico 20 – Visibilidade da UE na clivagem socioeconómica (% total em Portugal e Espanha).....	83
Gráfico 21 – Visibilidade da UE na clivagem cultural-identitária (% total em Portugal e Espanha).....	83
Gráfico 22 – Avaliação do papel da UE na clivagem socioeconómica (% total por país).....	89
Gráfico 23 – Posicionamento dos partidos face à clivagem socioeconómica (% total por país).....	89
Gráfico 24 – Avaliação do papel da UE na clivagem cultural-identitária (% total por país).....	89
Gráfico 25 – Posicionamento dos partidos face à clivagem cultural-identitária (% total por país).....	89
Gráfico 26 – Tom das mensagens referentes ao projeto de integração europeia (% por ano).....	91
Gráfico 27 – Tom das mensagens referentes ao funcionamento da União Europeia (% por ano).....	91
Gráfico 28 – Tom de avaliação referente ao projeto de integração europeia pelos partidos europeístas (% por ano).....	92
Gráfico 29 – Tom de avaliação referente ao projeto de integração europeia pelos partidos eurocéticos (% por ano).....	92
Gráfico 30 – Tom de avaliação referente ao funcionamento das instituições europeias pelos partidos europeístas (% por ano).....	93
Gráfico 31 – Tom de avaliação referente ao funcionamento das instituições europeias pelos partidos eurocéticos (% por ano).....	93
Gráfico 32 – Tom de avaliação das mensagens referente ao projeto de integração europeia (% total por posicionamento partidário).....	94
Gráfico 33 – Tom de avaliação das mensagens referente ao funcionamento da UE (% total por posicionamento partidário).....	94

## Introdução

As eleições para o Parlamento Europeu (PE) têm sido categorizadas como eleições de menor importância, de “segunda-ordem”. Subjacente a esta categorização encontra-se a ideia de que, nestas eleições, haja menos que esteja em jogo, ou seja, não existe formação de executivo ou governo nacional; os partidos maiores no sistema político nacional (mais votados) tendem a perder votos, criando mais oportunidades de partidos mais pequenos obterem representação; e campanhas marcadas por temas cuja saliência seja predominantemente mais nacional do que europeia (Nicholas Clark, 2014; Nick Clark & Rohrschneider, 2009; Freire, 2012; Reif & Schmitt, 1980; Van der Brug & De Vreese, 2016; Van der Eijk & Franklin, 1996). Apesar de ser a única instituição da União Europeia diretamente eleita pelos cidadãos dos Estados-Membros, o apelo ao voto e a participação eleitoral para estas eleições mantêm-se de baixa importância comparado com eleições, por exemplo, legislativas nacionais (Nicholas Clark, 2014; Freire, 2012). Em Portugal e Espanha, apesar das suas discrepâncias a nível de abstenção, o modelo de eleições de segunda-ordem permanece inalterável mesmo após as eleições para o PE nos últimos anos (ver Schmitt and Teperoglou 2015; Teperoglou 2010).

Uma das justificações principais para considerar os níveis de participação eleitoral nas eleições para o PE reflete-se na transmissão de informação pelos partidos sobre assuntos europeus através das suas campanhas. A inserção e apresentação de temas europeus nas campanhas eleitorais para o PE tende a ser negligenciada pelos media nacionais, sendo sobrepostas por temas de carácter mais nacional (de Vreese & Boomgaarden, 2006; Freire & Santana-Pereira, 2015; Hix & Marsh, 2011; Jalali & Silva, 2011; Schmitt & Van der Eijk, 2007; T. A. C. da Silva, 2011; Van der Eijk & Franklin, 2004). Adicionalmente, a falta de comunicação e interação entre os membros dos partidos do PE (MEPs – *Members of the European Parliament*) com os cidadãos, a falta de politização dos assuntos europeus a nível doméstico e uma esfera pública europeia pouco mobilizada são alguns dos exemplos mais destacados que justificam a desconfiança no Parlamento Europeu (Nicholas Clark, 2014; de Prat, 2016; Fossum, 2016), voto nos partidos eurocéticos e populistas (Adam et al., 2013) e abstenção dos cidadãos nas eleições europeias (Marsh & Mikhaylov, 2010). No entanto, a literatura mais recente sugere que a UE tem aumentado a sua relevância e emissão no conteúdo mediático (Hellström & Blomgren, 2016; Jansen et al., 2019; Van der Brug & De

Vreese, 2016) e nos materiais de campanha (Adam & Maier, 2011; Holtz-Bacha, Novelli, & Rafter, 2017). Com efeito, campanhas eleitorais dos partidos que demonstram que “a Europa importa” para as eleições europeias têm impacto em termos do comportamento eleitoral e das escolhas de voto (Stromback, Maier, & Kaid, 2013; Van der Brug & De Vreese, 2016; Whitefield & Rohrschneider, 2015).

O contexto do clima que se vive na União Europeia durante as eleições para o PE são essenciais para demonstrar qual saliência dos temas nas campanhas eleitorais. Por exemplo, na Europa do Sul, as eleições de 2009 foram marcadas pela crise económica mundial e da zona Euro (Teperoglou, 2010), as de 2014 pela elevada onda de descrédito na UE em contexto da crise (Schmitt & Teperoglou, 2015) e as de 2019 por um período pós-crise marcado pelo crescimento de apoio nos partidos eurocéticos (Edoardo & Johansson, 2019). A agenda política tem em conta fatores contextuais que se vivem no momento das eleições. No entanto, as campanhas eleitorais nos Estados-Membros não são homogéneas, variando de acordo com fatores domésticos de cada estado. Esta potencial mudança de um período de crise para um período pós-crise pode vir a alterar não só a visibilidade do conteúdo sobre a Europa nas campanhas eleitorais, como também o tom das mensagens perante a União Europeia e as suas instituições – positivamente ou negativamente. Portanto, pretende-se testar a resiliência do modelo das eleições de segunda-ordem ao investigar se a UE pode vir a ser mais articulada e contestada na transição para um período pós-crise da zona Euro. Para esta dissertação, como forma de analisar a visibilidade da UE nas campanhas eleitorais para as eleições europeias, selecionamos dois Estados-Membros marcados pelas vivências de crise da zona Euro e pelas políticas de austeridade resultantes desta crise: Portugal e Espanha.

Empiricamente, esta dissertação utiliza o método comparativo, com recurso ao *most similar systems design*. Comparam-se, assim, Portugal e Espanha, que partilham características comuns. Os dois países estão historicamente marcados por governos de regime autoritário durante um período intermédio do século XX; são protagonistas da chamada “terceira vaga de democratização” (ver Huntington 1991); entraram na Comunidade Económica Europeia em 1986, que viria a reforçar a democratização nos dois países; e ambos viveram anos tumultuosos durante a crise da zona Euro, o que levou à adoção

de severas políticas de austeridade que impactaram as economias nacionais<sup>1</sup>. Apesar de existirem estudos de investigação sobre as eleições, campanhas e comportamentos eleitorais para o PE em ambos Estados-Membros (ver Cordero and Montero 2015; Freire and Santana-Pereira 2015; Jalali and Silva 2011; Torcal and Font 2012), investigação sobre o período pós-eleições de 2014 (nomeadamente as eleições de 2019) ainda segue pouco investigada.

A literatura sobre a natureza de “segunda-ordem” das eleições europeias tem sido diversa e amplamente investigada, mas grande parte insere-se na dimensão do “menos em jogo” de Reif e Schmitt (1980) como explicação da permanência das eleições europeias como de segunda-ordem, ou seja, que as eleições europeias são menos importantes por não haver formação de governo nacional, levando a maiores níveis de abstenção por parte do eleitorado e ao crescimento de votos em partidos mais pequenos e nos partidos de oposição (por ex. Van der Eijk and Franklin 1996; Freire and Santana-Pereira 2015; Heath et al. 1999; Hobolt and Spoon 2012; Marsh 1998; Reif 1984; Teperoglou 2010). Esta dissertação pretende analisar a dimensão das “campanhas” do modelo de segunda-ordem, caracterizadas pela baixa saliência temática europeia nas campanhas eleitorais partidárias (De Vreese & Boomgaarden, 2006; Peter & De Vreese, 2004). Apesar da escassez da literatura em relação às eleições europeias de 2019, parte da literatura sobre a dimensão das campanhas sugere que há um crescimento da atenção aos assuntos europeus nas campanhas eleitorais e nos materiais utilizados nos media nos últimos anos (Adam & Maier, 2011, 2016; Holtz-Bacha et al., 2017; Jansen et al., 2019; Maier et al., 2017). Todavia, a maior parte da investigação que pretende analisar o modelo das eleições de segunda-ordem têm se focado na explicação do comportamento eleitoral e da opinião pública, considerando a cobertura mediática (notícias de televisão e de jornais) e os programas eleitorais (Nick Clark & Rohrschneider, 2009; de Vreese, Banducci, Semetko, & Boomgaarden, 2007; De Vreese & Boomgaarden, 2006; Jalali & Silva, 2011; Maier, Bacherle, Adam, & Leidecker-Sandmann, 2019; Peter & De Vreese, 2004; Popa & Dumitrescu, 2017; Schmitt & Teperoglou, 2015; Schuck & De Vreese, 2006; Teperoglou, 2010). A literatura que analisa o papel politizador dos partidos e a saliência europeia através de instrumentos de publicidade política (“*political advertising*”), como tempos de antena, cartazes/posters e comunicados de imprensa, como forma de testar o modelo de “segunda-ordem”, segue pouco investigada. Adicionalmente, estudos

---

<sup>1</sup> Portugal teve de se inserir num programa de ajustamento financeiro e Espanha teve de pedir um resgate da banca.

comparativos de comunicação política entre Portugal e Espanha nas eleições europeias, tendo como análise de saliência temática os materiais de campanha, também permanece pouco investigada. Esta dissertação pretende contribuir para a literatura sobre eleições de “segunda-ordem”, através de uma análise empírica aos materiais de campanha dos partidos portugueses e espanhóis, durante as eleições para o Parlamento Europeu em 2009, 2014 e 2019. Complementarmente, contribuirá no campo da Ciência Política em estudos de comunicação política e política comparada, pois a nossa investigação irá se estender para a área de análise do conteúdo dos materiais de campanha dos partidos nacionais na Península Ibérica durante as eleições europeias de 2019.

Esta dissertação pretende analisar os materiais de campanha dos partidos nacionais (tempos de antena, cartazes/posters e comunicados de imprensa) durante as eleições europeias nos países ibéricos, entre 2009 a 2019, de modo a explicar a saliência dos temas e da sua visibilidade predominantes nos materiais de campanha. O objetivo principal será testar a natureza e a resiliência do modelo das eleições de segunda-ordem das eleições europeias, ao longo da última década.

Esta dissertação encontra-se estruturada em seis capítulos. O primeiro capítulo discute as características das eleições de “segunda-ordem” e as suas dimensões. O Parlamento Europeu é a única câmara europeia de eleições diretas e a comunicação política é particularmente importante para testar a resiliência do modelo de segunda-ordem nestas eleições. No segundo capítulo, são analisados os partidos como agentes importantes de politização da UE nos Estados-Membros e como estes podem desafiar a natureza de segunda-ordem das eleições europeias utilizando instrumentos de publicidade política como forma de explicar a escolha de temas europeus e/ou nacionais nas suas campanhas e mobilizar o seu eleitorado. Como os media controlam a informação sobre a UE que pode ser transmitida – com os partidos potencialmente a poderem afirmar que na verdade salientam a UE –, a comunicação social é que não o reporta. Contudo, ao analisarmos os materiais de campanha que os partidos políticos preparam e que controlam, sem passar pelo filtro dos media, podemos analisar a resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem considerando o que os partidos preferem salientar. No terceiro capítulo, o padrão institucional em Portugal e Espanha é apresentado, particularmente os sistemas eleitorais e partidários, identificando semelhanças e diferenças a nível partidário e a discussão do contexto de crise da zona Euro (2009-2014) e pós-crise (2019) que se desenvolveram as

campanhas para as eleições europeias em ambos países. Este capítulo termina com a análise da evolução da participação eleitoral dos países ibéricos nas eleições europeias em comparação com as últimas eleições nacionais. O quarto capítulo explicita o research design utilizado nesta dissertação, com a apresentação da questão de investigação e dos objetivos, as hipóteses e a operacionalização das nossas variáveis escolhidas ao apresentar a metodologia aplicada. Empiricamente, a dissertação utiliza um método quantitativo de análise de conteúdo dos materiais de campanha – cartazes/posters, tempos de antena e comunicados de imprensa – dos partidos em Portugal e Espanha. Como existiu um enorme fluxo de partidos (com ou sem coligações) a concorrerem para as eleições, serão analisados os materiais de campanha nos partidos que obtiveram assentos no Parlamento Europeu. O quinto capítulo revelará a análise, codificação e interpretação dos dados para testar as nossas hipóteses. Esta investigação sugere que a Europa é cada vez mais articulada e contestada pelos partidos durante a última década, atingindo a sua maior visibilidade nas campanhas para as eleições europeias de 2019. No entanto, o tom das mensagens perante o projeto de integração europeia e o funcionamento das instituições europeias tende a um crescimento negativo na última década. Por fim, o sexto capítulo irá apresentar as nossas considerações finais sobre qual a maior saliência temática (nacional e/ou europeu) nas campanhas para as eleições europeias, adicionando reflexões sobre o estado das eleições europeias em Portugal e Espanha.





## Capítulo 1 – O modelo das Eleições de Segunda Ordem

As eleições para o Parlamento Europeu tendem a ser classificadas como eleições de segunda-ordem (Nicholas Clark, 2014; Hix & Marsh, 2011; Marsh, 1998; Reif, 1984; Reif & Schmitt, 1980; Schmitt & Teperoglou, 2015; Van der Eijk & Franklin, 1996). Para Reif e Schmitt (1980, 8):

“As eleições “europeias” são eleições nacionais simultâneas em cada um dos Estados-Membros da CE<sup>2</sup>. Embora estas eleições não tenham consequências institucionalmente vinculativas para as políticas do governo ou da oposição ao nível nacional, o fator crucial aqui é a conexão política existente entre as eleições europeias e a configuração política nacional - acima de tudo, a maneira pela qual essa conexão é percebida por partidos políticos.”

Assim, este modelo de eleições de segunda-ordem implica que os resultados obtidos tenham menos em jogo, que provam por ser inconsequentes para o eleitorado (Reif & Schmitt, 1980) pois não implica formação de executivo nacional (Freire & Pereira, 2017, p. 150; Jalali & Silva, 2011, p. 112). Estas eleições são consideradas como marginais comparadas com as designadas “eleições de primeira-ordem”, ou seja, as eleições que definem o rumo da governação dos Estados-Membros como as eleições legislativas na formação de governo (Nick Clark & Rohrschneider, 2009; Freire & Pereira, 2017; Marsh & Mikhaylov, 2010, p. 8; Van der Eijk & Franklin, 2004). Reif and Schmitt (ibid.) e Marsh (1998) classificam esta tradição como “eleições de segunda-ordem *nacionais*”<sup>3</sup>, pois a predominância de assuntos nacionais durante estas eleições estende-se aos programas eleitorais, aos debates eleitorais, aos media e aos materiais de campanha (de Vreese et al., 2007; Hix & Marsh, 2011; Jalali & Silva, 2011; Maier et al., 2017; Van der Brug & De Vreese, 2016).

Para caracterizar o modelo de eleições de segunda-ordem, Reif e Schmitt (1980) destacam seis dimensões: menos em jogo, arena-específica, institucional-processual, campanhas, alteração da arena política e socio-cultural.

A dimensão do “menos em jogo” sugere que, como as eleições não estabelecem um executivo nacional, tendem a gerar uma maior abstenção e para gerar perdas para os

---

<sup>2</sup> CE – Comunidade Europeia. Era a designação da organização supranacional antes do Tratado de Maastricht de 1992, que, a partir daí, passou a designar-se de União Europeia.

<sup>3</sup> O modelo de eleições de segunda ordem insere-se nos respetivos exemplos: eleições locais, regionais, as de meio termo (como nos Estados Unidos) e, claro, para o Parlamento Europeu (Stromback, Maier, and Kaid 2013, 4).

partidos incumbentes, com um favorecimento dos partidos da oposição e dos partidos mais pequenos/minoritários ou novos partidos (Marsh, 1998; Marsh & Mikhaylov, 2010; Reif & Schmitt, 1980, pp. 9–10; Schmitt & Van der Eijk, 2007). Assim, a escolha dos partidos pelos cidadãos pode não coincidir com a escolha que é feita nas eleições de primeira ordem. Como não está em jogo a formação de governo (Franklin, 2005), Van der Eijk and Franklin (1996) estabeleceram três tipos de voto para as eleições de segunda ordem: voto “com a cabeça”, voto “com o coração” e voto “com os pés”. O voto “com a cabeça” (*voting with the head*) “tem em conta considerações estratégicas”, como forma de não desperdiçar o voto em partidos que têm menos hipóteses de representação (Franklin, 2005, p. 3; Freire & Pereira, 2017). O voto “com o coração” (*voting with the heart*) sugere o voto nos partidos com os quais os cidadãos se identificam mais ideologicamente, sem ter considerações estratégicas (Franklin, 2005) como a perda de votos e da representatividade do seu partido no parlamento. O voto “com os pés” (*voting with the boot*) é um voto de protesto contra o partido (ou partidos) incumbentes no governo nacional. Este voto surge entre os eleitores insatisfeitos face às atividades do governo (ibid.). Assim, há uma maior tendência para os partidos mais pequenos terem representação no PE do que num parlamento nacional.

A dimensão relativa à “arena-específica” considera que os comportamentos dos partidos durante as eleições são forjados pelas arenas que se inserem como locais e regionais (Reif & Schmitt, 1980, p. 10). Neste caso, a inclusão de uma arena europeia foi uma novidade para políticos, candidatos e para a comunicação social e a participação eleitoral foi considerada como uma espécie de referêndum (ibid.). O que importa nesta dimensão é o de saber se o comportamento eleitoral (o voto) é motivado por assuntos e preocupações relacionadas com a UE ou com temas nacionais (incluindo locais e regionais) (ibid.). Neste caso, a estrutura política de cada Estado-Membro influencia o comportamento eleitoral. Por exemplo, em Estados-Membros que têm regiões com fortes conexões e apoio à sua cultura, as eleições europeias podem ser uma chance de mobilizar o eleitorado subnacional devido à minimização (por parte da integração europeia) do papel do Estado central (Hix & Lord, 1997; Reif & Schmitt, 1980, p. 12). Esta dimensão também permite reconhecer qual a posição de certos partidos face ao projeto de integração europeia, como por exemplo, a tendência pró-europeia dos partidos regionalistas (Jolly, 2007). Adicionalmente, dentro

desta dimensão, o poder limitado do Parlamento Europeu<sup>4</sup> e a existência de um vasto número de coligações a concorrer para esta câmara são fatores característicos do modelo de segunda-ordem (Boomgaarden & De Vreese, 2016; Hix, Noury, & Roland, 2007; Reif & Schmitt, 1980; Steenbergen & Scott, 2004). A dimensão sobre a “alteração da arena política” está interligada à dimensão da arena-específica, pelo que Reif e Schmitt (1980) consideram que é necessário avaliar a direção e grau de mudança de foco para uma arena diferente do que as causas que levaram para essa mudança. Ou seja, até que ponto existe uma verdadeira mudança de mobilização do eleitorado para uma arena europeia (Jalali & Silva, 2011).

A dimensão “institucional-processual” ancora-se em duas dimensões: o sistema eleitoral do Estado-Membro e o *timing* das eleições europeias relativamente às eleições nacionais. Reif e Schmitt (ibid.) sugerem que o nível de participação política é afetado pelos regulamentos e procedimentos eleitorais do país, pois são os próprios Estados-Membros que definem o tipo de sistema eleitoral nas eleições para o PE (European Parliament 2019a). Em geral, a maioria dos Estados-Membros utilizam o sistema de representação proporcional (ibid.), o que por si favorece a inserção de partidos mais pequenos e menos votados no PE, uma característica do modelo de segunda-ordem (Reif, 1984; Reif & Schmitt, 1980; Van der Eijk & Franklin, 1996). No entanto, existem Estados-Membros que utilizam o sistema de voto preferencial, na qual o eleitorado tem a oportunidade de poderem votar num candidato em vez de votar no partido (Marsh, 1985). Em relação ao *timing*, se as eleições para o PE coincidirem com as eleições domésticas, a participação eleitoral tende a ser maior (Reif & Schmitt, 1980, p. 13). Tendo em conta o *timing* de ambas eleições, votar “com o coração” tende a surgir após uma eleição nacional pois “a eleição tem menos hipóteses de ser levada a sério por políticos e comentadores” (Franklin 2005, 3), enquanto que o voto “com a cabeça” e “com os pés” verifica-se com maior destaque no fim de um mandato governamental pois:

“à medida que a eleição nacional se aproxima, é mais provável que políticos e comentadores tomem os resultados como 'marcadores' ou 'barómetros' do que aconteceria numa verdadeira eleição, e muitos eleitores estão evidentemente cientes disso, usando esse conhecimento de maneira inteligente. (Uma) ocasião para enviar mensagens que seriam menos propensas a enviar em uma eleição verdadeira” (ibid.).

---

<sup>4</sup> O poder limitado do Parlamento Europeu está abordado no capítulo 3.3 (grau de politização da UE nos cidadãos) desta dissertação.

A literatura demonstra que o *timing* das eleições europeias com o ciclo eleitoral nacional é essencial para gerar resultados de participação eleitoral (Marsh, 1998; Reif, 1984; Van der Eijk & Franklin, 1996). Por exemplo, um partido no governo tende a perder mais votos nas europeias se coincidir com o meio do mandato (*mid-term*) quando comparado com a parte final do seu mandato (Reif, 1984), e o eleitorado tende a penalizar o governo incumbente como sinal de protesto nas eleições para o PE (Marsh, 2009). Em eleições de primeira-ordem os eleitores tendem a votar “com a cabeça”. No entanto, Franklin (2005) refere que a maioria dos eleitores em eleições de segunda ordem (nomeadamente para o PE) votam com a cabeça, refletindo o comportamento nas eleições de primeira ordem. A diferença é que nas eleições de segunda-ordem os eleitores “podem sentir-se mais livres para “votar com o coração” do que nas eleições de primeira ordem, em que mais frequentemente “votam com a cabeça” (Freire & Pereira, 2017, p. 149). A variação de votos com o coração e com os pés depende do contexto, como por exemplo do *timing* do calendário do ciclo eleitoral nacional (ibid., 150)

Ao nível das “campanhas”, Reif e Schmitt (1980) consideram o papel dos partidos nas suas campanhas eleitorais e dos recursos utilizados nas eleições de segunda-ordem. O papel dos media em relação à atenção prestada às eleições de segunda-ordem e na sua mobilização é também enfatizada, pois quanto mais os media nacionais focarem nas questões e fontes de informação de eleições de primeira-ordem, “maior a sua contribuição para a mobilização eleitoral depende da atenção que os políticos de (eleições de) primeira-ordem prestam às eleições específicas de segunda-ordem” (ibid. 14). A atenção prestada às eleições europeias nas campanhas tem sido dedicado com maior destaque a assuntos e preocupações mais nacionais que europeus (de Vreese et al., 2007; De Vreese & Boomgaarden, 2006; de Vries, 2007; Schuck & De Vreese, 2006). No entanto, a mais recente literatura sugere um crescimento de atenção a temas relacionados com a UE ao longo da última década das eleições europeias (Adam & Maier, 2011, 2016; Holtz-Bacha et al., 2017; Jansen et al., 2019).

Por fim, a dimensão da “mudança sociocultural” reporta-se às motivações do voto nas eleições (Reif & Schmitt, 1980). Normalmente, os partidos posicionam-se em grupos de cariz socioeconómico (esquerda-direita) e/ou cultural (multiculturalismo-nacionalismo) (Adam & Maier, 2011; Adam, Maier, & Kaid, 2009). Nesta dimensão, partidos que mudam as suas posições, ao adaptarem-se às circunstâncias causadas num determinado período,

tendem a uma mudança de apoio pelo seu eleitorado (Reif & Schmitt, 1980, p. 15). Estas circunstâncias podem levar ao aumento ou descida de apoio do eleitorado sobre partidos dentro de um determinado grupo, como por exemplo: um aumento de partidos ecologistas devido à crescente preocupação sobre os acontecimentos que impactam o ambiente; o baixo apoio aos partidos religiosos derivado ao crescente processo de secularização; e uma subida de apoio aos partidos regionalistas como consequência de uma maior identificação à cultura e língua regional (ibid., Jolly 2007).

Portanto, as eleições para o Parlamento Europeu são categorizadas como de segunda-ordem devido às características seguintes: baixa percentagem de votos comparado com eleições de primeira ordem, como as legislativas, por não haver eleição de um executivo nacional (Reif, 1984; Reif & Schmitt, 1980; Van der Eijk & Franklin, 1996); foco primário do eleitorado em preocupações de cariz nacional do que europeu (Schuck & De Vreese, 2006); baixa importância dada ao Parlamento Europeu como câmara representativa (Fossum, 2016; Van der Brug & De Vreese, 2016); tendência para uma maior formação de coligações e maior oportunidade para a representação de partidos mais pequenos e de dimensão cultural como os partidos de minorias e regionalistas (Cordero & Montero, 2015; Reif, 1984; Teperoglou, 2010; Van der Eijk & Franklin, 1996, 2004); os níveis de participação eleitoral são influenciados com o *timing* que as eleições europeias tem com as eleições nacionais (legislativas, regionais ou locais) (Franklin, 2005; Reif & Schmitt, 1980); e campanhas marcadas por assuntos focados em situações mais ligadas ao país do que à União em geral (de Vreese et al., 2007; Schuck & De Vreese, 2006).

### **1.1 – Eleições para o Parlamento Europeu e o seu contexto**

Do triângulo institucional, o Parlamento Europeu é o único órgão diretamente eleito pelos cidadãos dos Estados-Membros, por sufrágio universal e direto. As eleições para o PE ocorrem de 5 em 5 anos. A UE estabelece que dentro do sistema eleitoral de cada Estado-Membro a conversão de votos deverá ser preferencialmente por representação proporcional, embora caiba aos Estados-Membros a decisão quanto à formação de um ou mais círculos eleitorais, os tipos de voto (listas abertas ou fechadas) e as cláusulas de barreira (European Parliament 2019a). O Parlamento é composto por 751 deputados (incluindo o presidente do Parlamento Europeu) e o número de deputados eleitos por cada Estado-Membro tem em

conta o princípio de "proporcionalidade degressiva" (Slomczynski & Zyczkowski, 2017, p. 38):

“o rácio entre a população e o número de assentos de cada Estado-Membro antes de arredondar para números inteiros irá variar em relação às respetivas populações de tal forma que cada deputado do Parlamento Europeu de um Estado-Membro mais populoso represente mais cidadãos do que cada deputado de um Estado-Membro menos populoso e, inversamente, que quanto maior for a população de um Estado-Membro, maior o seu direito a um grande número de assentos.”

Antes de 1979, data das primeiras eleições diretas para o PE, os representantes para a instituição supranacional eram eleitos pelos parlamentos nacionais, especialmente deputados pertencentes aos partidos incumbentes nos governos (Van der Brug & De Vreese, 2016, p. 4). As primeiras eleições diretas, ou seja, que os cidadãos dos Estados-Membros da UE tinham direito de ir às urnas votar o seu candidato, foi em 1979. No entanto, em 1979, o Parlamento Europeu (formalmente reconhecido como a Assembleia Parlamentar Europeia) carecia de poderes de tomada de decisão, o que gerou um “défice democrático” na UE (Williams, 1990). Os cidadãos votavam numa câmara de representação que não possuía poder de legislação e funcionava como um órgão consultivo, não expressando com legitimidade os interesses e a representatividade dos cidadãos. Ao longo dos anos, com a ratificação dos tratados europeus<sup>5</sup>, até ao mais recente Tratado de Lisboa, o PE foi ganhando poderes formalizados, legitimados e institucionalizados, a que alguns investigadores designavam como a “parlamentarização da UE” (Rittberger, 2012). Agora, não só possui poder legislativo (como o poder de vetar uma proposta da Comissão Europeia), como também possui poderes de tomada de decisão na definição do orçamento da UE (European Parliament, 2019c).

A participação política nas eleições europeias depende da perceção dos cidadãos quanto ao funcionamento da UE e das suas instituições, especialmente em relação ao Parlamento Europeu (Nicholas Clark, 2014). Neste caso em particular, a cobertura dos media e os materiais de campanha utilizados pelos partidos políticos são mais o *input* do que o *output*, pois o apego à participação dos cidadãos e os resultados das eleições pode ou não influenciar o comportamento eleitoral se os cidadãos acreditarem, por exemplo, no bom funcionamento do PE.

---

<sup>5</sup> Estes foram: o Ato Único Europeu (1986), o Tratado de Maastrich (1992), o Tratado de Amesterdão (1997), o Tratado de Nice (2001), e mais recentemente o Tratado de Lisboa (2007).

No entanto, a falta de *accountability* e representação efetiva dos interesses do eleitorado de cada Estado-Membro no Parlamento Europeu, que se reflete nos níveis reduzidos de participação eleitoral, coloca a UE perante um “défice democrático” (de Prat, 2016). A UE funciona como uma arena dominada por especialistas e lobbies (Greenwood, 2011), cujas críticas apontam para os interesses do eleitorado (com especial referência ao Parlamento Europeu) serem sobrepostos pelos interesses das elites (McCormick, 2014, p. 96). A falta de confiança dos cidadãos no único órgão de representação supranacional leva a que estes não acreditem no bom funcionamento do PE como câmara de democracia representativa. Williams (1990, p. 162) define “défice democrático”<sup>6</sup> como:

“[...] a lacuna entre os poderes transferidos para o nível comunitário e o controlo do Parlamento [europeu] eleito sobre eles, uma lacuna preenchida pelos funcionários públicos nacionais que atuam como especialistas europeus [...] e até certo ponto por lobbies organizados, representando principalmente negócios.”

A perceção de um “défice democrático” não é recente. Antes de 1979, referimos que só os governos nacionais podiam eleger os MEPs (Van der Brug & De Vreese, 2016, p. 4). Organizar eleições diretas para o PE foi visto como uma solução, de cariz parcial, para o défice democrático (Hix et al., 2007). No entanto, a preocupação da falta de comunicação e *accountability* entre Parlamento e cidadãos foi derivado da falta de poderes de tomada de decisão do Parlamento Europeu (Van der Brug & De Vreese, 2016). Com a ratificação dos tratados pelos anos, os poderes do Parlamento Europeu subsequentes, o Parlamento Europeu foi institucionalizado como um órgão de poder legislativo.

Os partidos de cada Estado-Membro que concorrem para o PE ao ser eleitos juntam aos designados “partidos políticos europeus” ou “europartidos” (Eur-Lex, 2017), cuja inserção tem por base a ideologia que se identificam mais. Se falarmos numa perspetiva de sistema partidário, o Parlamento Europeu é claramente multipartidarista, cujos europartidos são compostos por cerca de 170 partidos nacionais com uma alta heterogeneidade (Rodríguez-Aguilera, 2014), variando de partidos mais pró-europeus/europeístas (por ex. o Partido Popular Europeu e o Partido dos Socialistas-Democratas Europeu) e anti-

---

<sup>6</sup> Não existe uma definição única de “défice democrático”. Muitos investigadores classificam o défice democrático na União Europeia maioritariamente devido à falta de *accountability* das instituições europeias (especialmente o Parlamento) perante os cidadãos europeus e à complexidade e formulação de leis e políticas das mesmas instituições (ver Fossum 2016; Moury 2016)



europeus/eurocéticos (por ex. a Aliança dos Reformistas e Conservadores Europeus e o Partido da Identidade e Democracia).

O contexto que antecipa as eleições europeias é importante para compreender e analisar a influência que a UE tem nas campanhas eleitorais nacionais (Adam & Maier, 2016; Boomgaarden & De Vreese, 2016; Strömbäck et al., 2013). O ano de 2009 foi marcado profundamente pela crise financeira que se fez passar na zona Euro. As notícias que cobriam a UE durante esse período faziam, na maioria, referência as crises, e, com efeito, campanhas referentes às eleições europeias incluíam estes assuntos importantes nas agendas partidárias, nomeadamente assuntos que afetavam a economia do país. Teperoglou (2010) confirma que a crise financeira, com mais outros assuntos, dominou as campanhas eleitorais nos países da Europa do Sul (Grécia, Portugal, Espanha, Itália, Chipre e Malta), apesar das suas diferenças a nível de importância temática. As notícias referentes às eleições europeias aumentaram a sua relevância durante o período de 2009, mas os assuntos abordados foram mais sobre os impactos que as crises tinham na economia dos Estados-Membros e a elaboração de propostas nos programas de ajustamento, ou seja, o domínio dos assuntos mais nacionais que europeus (Jalali & Silva 2011). A diferença na abordagem de assuntos europeus e nacionais era visto entre o partido no poder e os partidos opostos: partidos incumbentes no governo faziam maior referência à UE nas suas campanhas eleitorais enquanto que os partidos na oposição se focavam na política nacional (Adam & Maier, 2016). As eleições de 2014 continuaram a ser marcadas por um contexto de crise económica, adicionando uma crise política (Holtz-Bacha, Novelli, & Rafter 2017). Este período foi marcado por negociações sobre os programas de ajustamento financeiro, designados como a Troika, para os países devedores como Portugal, Grécia e Irlanda.

O impacto da crise económica pós-2009 verificou-se nas agendas para as campanhas de 2009 e 2014, cujos temas relacionados com a crise da zona Euro e as consequências da adoção de políticas de austeridade dominaram o espectro eleitoral dos países devedores (ibid., p. 21). Apesar de em 2014 a maioria dos Estados devedores já terem saído dos programas de ajustamento, o impacto foi profundo na economia e política destes países. Isto resultou num aumento da onda de euroceticismo, pois as “escolhas políticas da zona Euro tornaram-se uma questão polarizadora na arena política e parecem afetar atitudes políticas gerais em relação à integração europeia” (Schmitt & Teperoglou, 2015, p. 290).

As eleições para o PE em 2019 foram marcadas por campanhas com uma polarização: uma visualização mais otimista em relação à UE e o crescimento dos MEPs dos partidos eurocéticos (Edoardo and Johansson 2019). Talvez a razão para esta polarização se deve ao facto de a crise ter atenuado na UE, mas que levaram a impactos profundos nas economias de alguns Estados-Membros. No entanto, baseado numa análise geral dos materiais de campanha em todos os Estados-Membros, Edoardo e Johansson (2019) estabelecem que a maioria dos tópicos transmitidos pelos partidos situavam-se num contexto mais nacional que europeu, com a exceção de temas relacionados com o meio-ambiente.

## **1.2 – A importância da comunicação política nas eleições para o PE**

Nas semanas que antecipam a data das eleições europeias, as campanhas eleitorais são levadas a cabo pelos partidos nacionais utilizando diversos conteúdos de comunicação política como cartazes, comunicados de imprensa, jornais, notícias televisivas (de Vreese & Boomgaarden, 2006; Holtz-Bacha et al., 2017; Maier et al., 2017) e, até recentemente, redes sociais (Schmuziger, Lupion, and Meyer-Resende 2019, 14–16). A perceção dos acontecimentos políticos, quer a nível nacional quer a nível subnacional e supranacional, depende muito de como a informação é transmitida e interpretada dos políticos para os cidadãos. Baek (2009, 376) fornece uma clara visão desta interligação:

“Para que os cidadãos estejam atentos, informados e participem ativamente do processo político, eles precisam de um ambiente que lhes forneça informações adequadas. [...] Além disso, os cidadãos recolhem a maior parte das suas informações políticas durante as campanhas eleitorais, especialmente na comunicação em massa.”

As campanhas eleitorais dos partidos partilham um papel importante na divulgação dos seus objetivos através dos media para captar a atenção da população, com a principal intenção de gerar uma participação política (de Vreese & Boomgaarden, 2006). Baek (2009) considera que arranjos institucionais que permitem uma facilitação e um melhor acesso à comunicação social a certo ponto “mobiliza” o eleitorado, como por exemplo, acesso a canais de TV, a materiais de imprensa e a notícias sobre os partidos. A comunicação entre partidos/candidatos e cidadãos é vital para uma maior participação política. Isto verifica-se com preponderância durante as campanhas eleitorais. Stromback. et al (2013, p. 3) consideram que:

“(…) não só os partidos políticos e os seus candidatos aumentam os seus esforços em comunicar com o seu eleitorado, diretamente ou através de notícias, mas os media dedicam maior atenção à política durante as campanhas eleitorais”.

Adam and Maier (2011, 438) consideram que as mensagens dos partidos nacionais estão sintetizadas em certos instrumentos de campanha política como os materiais de campanha, pois com estes instrumentos os partidos alcançam diretamente os cidadãos sem ter que passar pelo filtro dos *mass media*. Estes materiais de campanha permitem com que os “partidos e candidatos façam apelos diretos de apoio aos eleitores”, pois têm controlo direto na criação e design da mensagem que pretendem captar a atenção do eleitorado (Holtz-Bacha et al., 2017, p. 2). O uso destes instrumentos tem se verificado com grande preponderância na Europa Ocidental, de tal maneira que quando perguntam aos eleitores onde viram ou ouviram algo sobre uma determinada campanha eleitoral em andamento, os posters e tempos de antena são os exemplos mais destacados (ibid., 3). Portanto, esta forma de comunicação política parece ser eficaz na ligação entre cidadãos e temas relevantes durante as eleições para o Parlamento Europeu (Maier, Strömbäck, & Kaid, 2011).

No entanto, as campanhas focadas na União Europeia nem sempre refletem aspetos positivos perante o projeto europeu. O tom das mensagens é importante para analisar quais campanhas destacam avaliações positivas e/ou negativas perante um determinado tema – neste caso, sobre a UE. O tom da mensagem captura a possibilidade de uma mensagem ser positiva ou negativa. De acordo com Hopmann et. al (2018, p. 286), por um lado, uma mensagem positiva “é vista como uma mensagem focada no remetente (...), ou seja, uma avaliação de si próprio”. Por outro lado, as mensagens negativas “são focadas no adversário, que provavelmente não será elogiado pelo remetente da mensagem, mas sim atacado”. A existência de tons negativos encaminha para a designada “negatividade” das campanhas eleitorais (ibid.). Lau e Pomper (2001, p. 73) sugerem que a negatividade implica “apenas falar sobre o adversário - a natureza (deficiente) dos seus programas, realizações, qualificações, associados e assim por adiante”, enquanto que a positividade “trata-se de falar sobre as suas próprias concretizações, qualificações, programas, etc.”. As definições de mensagens positivas e negativas na literatura guiam para a seguinte conclusão: mensagens positivas são maioritariamente destinadas ao próprio candidato que transmite a mensagem e as mensagens negativas são destinadas aos candidatos da oposição. A literatura considera

que mensagens negativas tendem a cativar mais o eleitorado e que, não só os eleitores prestam mais atenção às informações negativas do que positivas, mas também tais informações são uma influência mais forte nas avaliações dos candidatos e dos partidos (Fridkin & Kenney, 2004; Lau & Pomper, 2001).

Contudo, uma grande parte da literatura se destina à positividade e negatividade das mensagens de campanha nas eleições para os Estados Unidos. Pouca literatura se destaca em referenciar as mensagens de campanha nas eleições para o Parlamento Europeu (Hopmann et al., 2018; Raycheva & Šuminas, 2017). Tendo por base uma análise de conteúdo de materiais de campanha nas eleições europeias de 2014, Raycheva e Šuminas (2017) sugerem uma tendência para o crescimento de mensagens negativas perante a UE, nomeadamente perante as instituições europeias. Os autores sugerem, também, que os posters foram os materiais que mais se destacavam mensagens negativas (ibid., pp. 93-94):

“Ao comparar posters e tempos de antena, é óbvio que os tempos de antena possam acomodar mais informações e explicar uma mensagem política negativa com mais detalhes e de uma maneira mais sofisticada. Por outro lado, usando os posters, os políticos precisam de transmitir as suas mensagens eleitorais de uma forma mais direta. Essa realidade pode explicar porque as campanhas negativas ocorrem em maior extensão nos posters do que nos tempos de antena. Especificamente, as mensagens eleitorais nos posters são mais diretas e fáceis de ler.”

Portanto, esta forma de comunicação política permite aos partidos politizar diretamente a UE ao articular temas relacionados com a Europa (Adam & Maier, 2011), quer positivos quer negativos (Raycheva & Šuminas, 2017). Apesar de existir um ramo de literatura que debruça sobre as várias dimensões do modelo de segunda-ordem na UE, grande parte da literatura foca-se na dimensão do “menos em jogo”, mesmo para os casos português e espanhol (Cordero & Montero, 2015; Freire & Pereira, 2017; Freire, Teperoglou, & Moury, 2014; Schmitt & Teperoglou, 2015; Teperoglou, 2010). A literatura que analisa as “campanhas”, que será o foco da nossa investigação, debruça-se essencialmente sobre a análise dos media e conteúdo mediático (Adam & Maier, 2016; de Vreese & Boomgaarden, 2006; Jalali & Silva, 2011; Peter & De Vreese, 2004; Schuck & De Vreese, 2006; Strömbäck et al., 2013), deixando uma pequena margem de literatura focada nos materiais preparados pelos partidos políticos (por ex. Adam and Maier 2011; Holtz-Bacha, Novelli, and Rafter 2017). No próximo capítulo, iremos ver, com base na literatura, como os partidos são agentes

transmissores de comunicação política, e que são os principais agentes de politização da UE na esfera doméstica.

## **Capítulo 2 – Politização e saliência temática da União Europeia**

Com a assinatura dos Tratados de Maastricht, de Nice e, até recentemente, de Lisboa, a União Europeia passou de uma simples organização intergovernamental económica para uma organização supranacional política e económica com uma assimetria de poderes de tomada de decisão entre instituições supranacionais e governos nacionais (Bale, 2013). Desde o Tratado de Maastricht de 1993, que veio a reforçar a UE como uma união política, literatura sobre o processo de integração europeia e como este viria a afetar as políticas nacionais aumentou consideravelmente (de Wilde, 2007; Hooghe & Marks, 2009; Ladrech, 2002; Lobo, 2006; Lobo & Karremans, 2018; Lobo & Lewis-Beck, 2012; Marks & Hooghe, 2001; Van der Eijk & Franklin, 2004). A presença da UE na arena política dos Estados-Membros é fundamental para poder avaliar comportamentos eleitorais perante assuntos europeus (Lobo & Karremans, 2018) e perceções dos cidadãos sobre a importância da Europa (de Vries, 2007; Whitefield & Rohrschneider, 2015). Assim, estamos perante uma “politização da UE”.

Politização diz respeito a “um aumento na polarização de opiniões, interesses ou valores e a extensão dos quais são publicamente avançados em direção ao processo de formulação de políticas” (de Wilde, 2007, p. 559). Em termos concretos, a politização da UE refere-se a uma contestação da Europa, ou seja, discussões e opiniões sobre temas e assuntos que abrangem a integração europeia, e como essas discussões podem ser articuladas para captar a atenção dos cidadãos sobre a UE (Adam & Maier, 2011; de Wilde, 2007; Hobolt & Spoon, 2012; Hutter & Kriesi, 2019; Lobo & Karremans, 2018; Rauh, 2019). No seu geral, politização refere-se à forma como os atores (públicos como os cidadãos e políticos como os partidos) articulam o seu conhecimento sobre um determinado processo político e a sua resposta baseada numa divergência de interesses, opiniões e valores sobre determinado processo político. Neste caso, a politização da UE refere-se ao conhecimento e resposta de tais atores sobre o processo de integração europeia (de Wilde, 2007).

A literatura relaciona a perceção da sociedade em relação ao funcionamento da União Europeia com o crescente grau de politização dos assuntos europeus que entram na esfera doméstica (Hooghe & Marks, 2009). Uma forma de medir a politização da UE insere-se em medir o grau de saliência dos assuntos europeus na esfera doméstica e, com efeito, as respostas perante as ações da UE serão ouvidas (de Wilde, 2007). Quanto mais os cidadãos

adquirem conhecimentos sobre a UE e o seu funcionamento, melhor as suas atitudes perante as instituições europeias com a sociedade (ibid.). Hooghe e Marks (2009) destacam que ao longo dos anos a UE passou de um “consenso permissivo” para um “dissenso constrangido”, ou seja, que os cidadãos europeus cada vez estão mais percecionados sobre os acontecimentos na UE e sobre o funcionamento das instituições europeias, desenvolvendo o seu espírito crítico e, com a (tentativa de) entrada de uma esfera europeia política e económica, a sociedade pode tanto permitir avanços como restringir o processo de integração europeia (de Wilde, 2007).

O conhecimento e fundamento sobre o processo de integração europeia é cada vez mais contestado ao nível dos cidadãos. Devido a um crescimento da conscientização pública, a politização contém “a resistência tanto contra instituições internacionais específicas como à formulação de demandas por mais (...) políticas (*policies*) internacionais” (Rauh, 2019, p. 346). Com o crescente conhecimento sobre o funcionamento das instituições europeias, a sociedade tem a capacidade de refletir sobre o caminho que a UE percorre, apoiando ou manifestando o próprio processo de integração (Hooghe & Marks, 2009; Van der Eijk & Franklin, 2004). A participação eleitoral reflete este aspeto: nas eleições europeias, os cidadãos podem tanto invocar um voto de protesto ao governo nacional (Franklin, 2005) ou invocar um voto de desfavorecimento à UE através dos partidos eurocéticos (Adam et al., 2013). Portanto, com esta relação de integração europeia e cidadãos, a politização da UE caracteriza-se pelo apoio a uma Europa integrada ou demarcada (Adam et al., 2009).

No entanto, o que a literatura nos indica é que para que haja o envolvimento dos cidadãos nestes atos de politização, são necessários os agentes de politização. Estes agentes estes são: os *mass media* e os atores políticos (Hooghe & Marks, 2009), como os partidos e os candidatos. Os *mass media* são vistos como agentes importantes para mobilizar os cidadãos a votar, tentando acordar o “gigante adormecido” ao transmitir notícias relacionadas com a UE, pois os cidadãos “têm pouca experiência direta com a UE” (Adam & Maier, 2011, pp. 432–433). Como os cidadãos não estão informados sobre os acontecimentos na UE, devido à baixa cobertura dos media em relação à Europa (ver De Vreese and Boomgaarden 2006), aqui entram os atores políticos como segundos agentes de politização que informam os cidadãos das ocorrências europeias (Adam & Maier, 2011).

A cobertura sobre a Europa, neste caso a UE, na agenda noticiosa ganha maior destaque se os partidos e os candidatos se empenham e comunicam sobre assuntos ligados à

UE. Por exemplo, Jalali e Silva (2011) explicam que a atenção referente às eleições europeias de 2009 ganhava destaque nos media quando os partidos se empenhavam em debater sobre assuntos europeus. Adicionalmente, Adam (2007) concluiu que, numa análise aos debates sobre o alargamento e assuntos constitucionais na UE, os *mass media* não colocam na agenda tais assuntos se os partidos optarem por permanecer em silêncio.

No entanto, os materiais de campanha partidários encaixam no padrão de agentes de politização. Em determinados mecanismos de difusão de informação sobre a UE, como os materiais de campanha nas campanhas eleitorais, os partidos são os agentes politizadores que precisam de fazer chegar a informação da UE com a intenção de mobilizar o eleitorado (Adam & Maier, 2011). Como são instrumentos que requerem pouca regulação por parte dos governos nacionais (pelo menos comparado com notícias de jornal e debates televisivos), os partidos terão maior facilidade em fazer chegar a mensagem ao público (Holtz-Bacha et al., 2017). Holtz-Bacha, Novelli, e Rafter (2017, 7) explicam a importância de publicidade política como forma de mobilização eleitoral:

“A publicidade política alcança os eleitores não afetados por nenhum critério de seleção e produção jornalística. Portanto, reflete como os atores políticos se veem e querem ser vistos pelo público. Então, além de fornecer informações sobre os esforços dos ativistas para uma eleição específica e assim em um ponto específico com o tempo, a [...] publicidade política também fornece uma visão das estratégias empregadas pelos partidos e candidatos à auto-representação e à realização do concurso político.”

Assim, os materiais de campanha são importantes para definir a importância que os partidos podem ter para captar atenção do eleitorado. A análise da publicidade política permite estudar a visão das estratégias de marketing dos candidatos eleitorais e, ao mesmo tempo, “lança luz sobre a cultura política de um país específico” (ibid., 2). Na sua função de espelho da cultura política, este tipo de publicidade ganha relevância ao tentar influenciar a decisão do eleitor (ibid.). A cobertura de temas europeus pelos partidos reflete-se no contexto que as eleições decorrem, pois os materiais de campanha estão vinculados ao ambiente político contextual, pelo que os partidos adotam estratégias de tom da mensagem para mobilizar o eleitorado (por ex. o surgimento de mensagens mais negativas face à UE num ambiente de crise económica) (Raycheva & Šuminas, 2017).

Portanto, os partidos atuam como agentes de politização da UE pois os seus atores permitem divulgar a importância da Europa na esfera nacional através das suas campanhas.



Os materiais de campanha que utilizam, como não estão sujeitos ao filtro dos media, que consequentemente possam reduzir o conteúdo e tempo de transmissão da mensagem sobre a UE (Holtz-Bacha, 2017), são importantes para analisar a saliência temática da UE nas campanhas partidárias.

## **2.1 – Os partidos como protagonistas do modelo de segunda-ordem ou de mobilização estratégica?**

O modelo de eleições de segunda-ordem explica que os partidos são vistos como atores de despolitização da UE, pois uma vez que atribuem menor saliência aos assuntos mais europeus do que à esfera doméstica (Schmitt 2005, in Adam and Maier 2011). No entanto, o processo de integração europeia está a influenciar a forma como os partidos percecionam a UE, integrando na sua agenda eleitoral assuntos cada vez mais relacionados com a Europa (Adam & Maier, 2016; Holtz-Bacha et al., 2017; Hooghe & Marks, 2009). Assim, os partidos atuam como agentes mobilizadores de politização, definindo as suas estratégias para complementar a importância da União Europeia nas suas agendas (de Wilde, 2007; Hooghe & Marks, 2009).

Sendo agentes mobilizadores estratégicos, a competição intra-partidária nas arenas domésticas para as eleições europeias tem em conta duas clivagens (Adam & Maier, 2011): uma clivagem socioeconómica, onde existe uma divisão de apoiantes numa regularização do mercado livre; e uma clivagem cultural, onde existe suporte para ideias mais verdes, alternativas e liberais (GAL – *Green, Alternative and Liberal values*) ou ideias mais tradicionais (conservadoras), autoritárias e nacionalistas (TAN – *Traditional, Authoritative and Nationalist values*). Em ambas clivagens há uma competição em comum: integração ou desintegração/demarcação europeia (Kriesi et al., 2006, in Adam & Maier, 2011). Os GAL apoiam uma maior integração cultural europeia, enquanto que os TAN, com receio de perder a soberania do estado, também designado como uma “desnacionalização” (Kriesi et al., 2006), apoiam uma maior demarcação ou até desintegração da UE (Adam & Maier, 2011). Apoiantes de um mercado livre a nível europeu geralmente são a favor do processo de integração, enquanto que apoiantes de um reforço da regularização do mercado comum “vêm a integração como um meio para um entrelaçamento mais político e social [...]” (ibid., 435).

A ausência de politização pode constituir a UE como uma espécie de “gigante adormecido” (de Vries, 2007; Freire et al., 2014; Schmitt & Teperoglou, 2015; Van der Eijk & Franklin, 2004). Com a presença de politização, este “gigante adormecido” se for

despertado pode gerar um grande impacto na participação eleitoral e mobilização partidária nas eleições europeias. Um referendo, por exemplo, de rejeição a um tratado europeu pode ser indicador de um “gigante adormecido” (Adam & Maier, 2011). Van der Eijk e Franklin (2004, pp 32-3) explicam que:

“[...] um gigante adormecido [...] tem o potencial, se despertado, de impulsionar os eleitores a um comportamento político que [...] destrói as bases da mobilização contemporânea dos partidos em muitas, senão na maioria das políticas europeias.”

Van der Eijk e Franklin (ibid.) consideram que este “gigante adormecido” é originado da opinião pública porque os partidos, apesar da sua função como mediadores da opinião pública, tendem a inclinar-se para temas de ideologia esquerda-direita do que temas sobre a UE. No entanto, de Vries (2007) considera que o despertar do interesse da opinião pública pode ser condicionada pelos partidos. Neste caso, a saliência temática europeia está condicionada à relevância do assunto para o eleitorado e à extensão dos conflitos partidários, cujas condições podem ser manipuladas por partidos políticos, especialmente localizados na extrema direita ou extrema esquerda do espectro político (ibid., 2007, p. 379).

O nível de politização da UE gera impactos nos sistemas partidários nacionais nomeadamente no que diz respeito a assuntos relacionados com o projeto de integração europeia (Hutter & Kriesi, 2019). Um dos exemplos mais claros e talvez a que mais se fez impacto em toda a UE foi a crise da zona Euro. No entanto, esses impactos não foram visíveis em alguns Estados-Membros. Por um lado, Vidal (2018) sugere que a grande recessão económica contribuiu para a queda do bipartidarismo em Espanha, pois os cidadãos não estavam satisfeitos com o sistema político espanhol na apresentação de soluções para a crise, o que provocou um elevado número inesperado de votos em dois partidos pequenos e recentes nas eleições nacionais: *Ciudadanos* e *Podemos*. Por outro lado, da Silva e Mendes (2019) sugerem em que em Portugal os impactos da crise económica não alteraram o sistema partidário nacional, porque os problemas económicos caracterizavam o estado do país mesmo antes do período da crise. Apesar de um pequeno crescimento de voto nos partidos de esquerda radical e um declínio de voto nos partidos moderados nas eleições legislativas de 2015, não houve alterações substanciais nem do sistema político nem do sistema partidário comparado com outros países afetados pela crise como Espanha e Grécia (ibid.).

Na Europa do Sul, antes da crise económica, a politização teve pouco impacto na arena eleitoral nacional; durante e depois da crise económica, os impactos na política eleitoral foram observados (Hutter & Kriesi, 2019). Devido à fragilidade dos governos nacionais na manutenção e gestão da crise, atores externos da UE intervieram na tomada de decisão ao nível nacional (constituindo a chamada “*Troika*”), sendo condicionado às regras impostas por tais atores e estabelecendo políticas de austeridade (Freire et al., 2014; Novelli et al., 2017). O elevado descrédito e a baixa participação pública nas instituições europeias, vendo as mais como causa e não solução, leva ao fenómeno do euroceticismo, aumentando a existência de grupos políticos que desafiam e criticam o rumo que a própria União está a tomar (Leonard & Torreblanca, 2014).

Esta crise deu origem a dois conflitos interrelacionados: entre elites domésticas e elites europeias, combinando aspetos económicos e políticos, que deu origem a uma crescente resistência doméstica às medidas impostas pelos atores externos (Hutter & Kriesi, 2019, p. 1002). No período pós-crise verificou-se uma onda de euroceticismo por toda a Europa, especialmente dentro dos países afetados profundamente pela *Troika* (ibid.). Com efeito, o incremento de assuntos a debater sobre o projeto de integração europeia, quer positivos quer negativos, deu-se com maior destaque no período de entrada da crise do que antes da crise pelos partidos nacionais em toda a Europa (ibid.).

A maioria dos partidos localizados num espectro mais pró-europeu são os partidos moderados no eixo esquerda-direita, em que tais partidos competem estrategicamente, em termos de *agenda-setting*, nas eleições europeias (Kriesi et al., 2006; Van der Eijk & Franklin, 2004). A literatura sugere que a posição dos partidos perante a UE pode ser influenciada por duas razões: partidos que procuram ampliar os votos (*vote-seeking*) e partidos que competem por obter cargos (*office-seeking*) (Lobo & Magalhães, 2011). Partidos que competem por cargos no governo geralmente são os que menos propiciam argumentos contra o projeto europeu, pois como a maior parte do poder de decisão encontra-se nos Estados-Membros, estes partidos podem ser “forçados” a reduzir a sua hostilidade perante a Europa se pretenderem formar parte do governo nacional (ibid., p. 85). Por outro lado, partidos que procuram angariar o maior número de votos possível e que se distanciam do propósito de obter cargos no governo tendem a ter uma posição mais eurocética (ibid.). Um caso em particular foi o partido CDS-PP em Portugal. Em 1995, demonstrou ter tendências eurocéticas após um declínio eleitoral (Lobo, 2006). Mas no aproximar das

eleições legislativas de 2002, o partido virou o seu objetivo para formar um governo em coligação com o PSD, abandonando o seu euroceticismo (ibid.).

A literatura sugere que os partidos moderados são os que menos politizam a UE na esfera doméstica, pois são os partidos que tendem a evitar temas e discursos sobre a integração europeia nas suas campanhas, optando por discutir outros assuntos políticos com receio de causar conflitos internos (dentro do próprio partido) e desviar o seu posicionamento pró-europeu que, por consequência, pode desviar o apoio do seu eleitorado (Green-Pedersen, 2009; Steenbergen & Scott, 2004). Na Europa, principalmente na Europa Ocidental, nos anos anteriores à crise, a predominância pró-europeia era destacada e os temas sobre a UE têm sido caracterizados pela sua baixa saliência pública e partidária (Hutter & Kriesi, 2019; Whitefield & Rohrschneider, 2015). Portanto, por não inserirem temas europeus nas suas agendas e campanhas, os partidos moderados são agentes que favorecem maior despolitização da UE (Green-Pedersen, 2009). Em contraste, os partidos eurocéticos, ao serem os agentes que mais destacam a integração europeia nas suas mensagens, são as “forças propulsoras” (“*driving forces*”) de politização da UE (Green-Pedersen, 2009; Hutter & Kriesi, 2019). No entanto, Hellström e Blomgren (2016) sugerem que nem todos os partidos moderados conseguem ou até mesmo querem despolitizar a UE, tendo como exemplo o Partido Conservador do Reino Unido como um dos partidos moderados que mais destacam temas europeus nas campanhas e debates públicos.

A politização da UE, isto é, percepções sobre a União Europeia, pode vir a condicionar o designado “voto económico” nos partidos (Lobo & Lewis-Beck, 2012). O voto económico diz respeito às avaliações do estado económico de um país e como podem afetar as escolhas de voto: por um lado, em boas condições económicas, o eleitorado pode recompensar um governo (votar no partido incumbente); por outro lado, em más condições económicas nacionais, podem castigar o governo (votar num partido de oposição) (Duch & Stevenson, 2008). Como a política económica europeia tem vindo a ser reforçada desde a criação da União Económica e Monetária, perceber as condições económicas de um país passa, quase inevitavelmente, pela importância que a UE gera na economia nacional (Lobo & Lewis-Beck, 2012). A importância da UE nas economias dos Estados-Membros viria a ser reforçado com a entrada da crise da zona Euro (Hutter & Kriesi, 2019). Assim, esperava-se que a entrada da crise da zona Euro, como impactou negativamente as economias nacionais, viria a afetar as preferências de voto, como por exemplo, castigar um governo incumbente

ao votar no partido da oposição (Talving, 2018). No entanto, baseado num estudo empírico, Lobo e Lewis-Beck (2012) sugerem que quanto mais a UE é percebida como responsável pela economia nacional, mais fraco será o voto económico nacional. Isto quer dizer que o eleitorado não recompensa nem castiga um governo incumbente se a UE é a responsável pela economia nacional (ibid.), mesmo até com a entrada da crise económica (Talving, 2018).

No entanto, ao ser a UE cada vez mais responsável pelo estado económico dos Estados-Membros, desde a entrada da crise da zona Euro que o crescimento do apoio aos partidos eurocéticos ao longo dos anos tem vindo a ser uma preocupação nos resultados eleitorais (Schmitt & Teperoglou, 2015). No espectro esquerda-direita, partidos de esquerda moderada tendem a preocupar-se com o desafio da liberalização do mercado comum, enquanto que os de extrema-esquerda mobilizam-se contra o mercado comum europeu; a direita moderada insere-se perante o desafio de uma Europa mais multicultural, enquanto que a extrema-direita tende a rejeitar a noção de uma Europa mais integrada culturalmente (Kriesi et al., 2006). Com efeito, partidos pró-europeus tendem a ser moderados quanto às questões de integração europeia, enquanto que os partidos localizados nas extremidades do espectro esquerda-direita, nomeadamente os eurocéticos, pretendem reformar profundamente ou até mesmo rejeitar o processo de integração quer económica quer política e cultural (Adam et al., 2013; Kriesi et al., 2006; Van der Eijk & Franklin, 2004).

Tudo considerado, existe uma politização da UE nos partidos nacionais, quer europeístas (pró-europeus) quer eurocéticos (anti-europeus). Este último exemplo deriva da mobilização eleitoral que os partidos eurocéticos promovem tendo como assunto principal nas suas agendas o futuro da integração europeia (Adam & Maier, 2011). Apesar dos eurocéticos serem as forças propulsoras para uma maior politização da UE, existe evidência de que os partidos pró-europeus também contribuem para o grau de politização da UE (Hellström & Blomgren, 2016; Hutter & Kriesi, 2019). Nos anos anteriores à crise, temas europeus eram secundários face a temas nacionais e, como consequência, caracterizavam o “consenso permissivo” da integração europeia por parte do público e das elites (Hooghe & Marks, 2009). No entanto, nos períodos decorrentes e pós-crise da zona Euro, temos visto um crescimento de euroceticismo a nível público (Whitefield & Rohrschneider, 2015), aumentando os níveis de politização da UE pelos partidos (Hutter & Kriesi, 2019). À medida que a influência da UE nas políticas nacionais aumentou (Schmitt, 2005) e os cidadãos

debatem cada vez mais a integração europeia nas eleições nacionais (de Vries, 2007), o “consenso permissivo” deu espaço a um “dissenso constrangido” nas últimas duas décadas (Hooghe & Marks, 2009; Whitefield & Rohrschneider, 2015). Com efeito, a literatura sugere que o modelo de segunda-ordem é desafiado por uma mobilização estratégica partidária, capaz de poder acordar o “gigante adormecido” (de Vries, 2007; Van der Eijk & Franklin, 2004) se os partidos atuarem como verdadeiros agentes de politização da UE na esfera nacional e mobilizarem o eleitorado ao englobar temáticas com saliência europeia.



## Capítulo 3 – Portugal e Espanha: campanhas eleitorais para o Parlamento Europeu nos países ibéricos

Os conflitos económicos e políticos entre as elites domésticas e as elites europeias durante a crise da zona Euro afetou os sistemas partidários dos países da Europa do Sul (Hutter & Kriesi, 2019). Derivado destes conflitos, a tendência eurocética dos cidadãos aumentou e fez-se apelo a uma renovação democrática (Hutter, Kriesi, & Vidal, 2018). Com efeito, a politização da UE na Europa do Sul destacou-se, com maior preponderância, nos períodos decorrentes da crise da zona Euro do que antes da crise (Hutter & Kriesi, 2019). No entanto, os efeitos da crise nos sistemas partidários geraram impactos diferentes em cada Estado-Membro. Por um lado, Da Silva e Mendes (2019) sugerem que os efeitos da crise económica não afetaram substancialmente a perceção e organização dos partidos em Portugal face à UE, pois os problemas económicos que o país enfrentava provinham mesmo antes da entrada da crise da zona Euro. Por outro lado, em Espanha, Vidal (2018) sugere que o descontentamento perante o sistema político espanhol, na incapacidade de reestruturar o país face aos problemas da crise, desafiou a natureza bipartidária do sistema partidário e partidos como o *Ciudadanos* e o *Podemos* participavam ativamente na articulação de temas económicos e políticos sobre a UE. Interessa, assim, analisar o contexto específico de Portugal e Espanha e a forma como a UE se relaciona com os partidos.

### 3.1 – Portugal

O sistema político português caracteriza-se por ser semipresidencialista (Jalali, 2011), tendo um chefe de estado – o Presidente da República; e um chefe de governo – o Primeiro-Ministro (Freire & Pereira, 2017). Portugal é unicameralista, tendo a Assembleia da República como único órgão de representação dos cidadãos e dos partidos. As eleições legislativas são realizadas de 4 em 4 anos, em que o sistema eleitoral é de carácter proporcional, com voto em listas fechadas e bloqueadas (Freire, 2010). O sistema partidário caracteriza-se por ser multipartidário, com mais destaque para o bipartidarismo, apesar de, recentemente, existir a tendência para “confirmar o fim da deriva bipartidária” com 3.3 o Número Efetivo de Partidos Parlamentares<sup>7</sup> (Freire & Pereira, 2017, p. 157). O sistema

---

<sup>7</sup> O Número Efetivo de Partidos Parlamentares (NEPP) diz respeito à distribuição de lugares num parlamento após os resultados das eleições (Freire, 2010, p. 29). Por exemplo, um NEPP de 2 quer dizer que o sistema partidário é caracterizado por ser bipartidarista, e acima de 4 ou 5 já é fundamentalmente multipartidarista.



político português tende a caracterizar-se pela alternância no governo, tanto com ou sem coligações, entre o Partido Socialista (PS) e o Partido Social-Democrata (PSD) (Jalali 2017; Lobo, Pinto, & Magalhães 2017). Portugal é um dos poucos países da Europa cuja fragmentação partidária é relativamente baixa (Freire, 2010).

No contexto das eleições europeias, o sistema eleitoral é constituído por um círculo eleitoral único, a contagem feita através de representação proporcional com o método D'Hondt e os votos são realizados em listas fechadas e bloqueadas (Freire & Pereira, 2017, p. 154; Teperoglou, 2010). Portugal pode eleger 22 candidatos para o Parlamento Europeu<sup>8</sup>. O posicionamento dos partidos em Portugal face à União Europeia caracteriza-se por um consenso pró-europeu<sup>9</sup>: os dois partidos mais votados nas eleições quer domésticas quer europeias - o Partido Social Democrata (PSD) (pontuação CHES 2019 – 6.75) e o Partido Socialista (PS) (pontuação CHES 2019 - 6.75) - são europeístas<sup>10</sup>. No entanto, uma característica do caso português justifica-se pela permanência, desde 2004, de dois partidos eurocéticos nos assentos do Parlamento Europeu – o Bloco de Esquerda (BE) (pontuação CHES 2019 – 3.75) e a Coligação Democrática Unitária (CDU) (pontuação CHES 2019 – 2.375)<sup>11</sup>. O modelo bipartidarista tem sido desafiado nas eleições europeias: o BE ganhou mais assentos nas últimas eleições de 2019 e dois partidos mais baixos – um eurocético como o Partido da Terra (MPT) (pontuação CHES 2014 – 3.400) e um europeísta como o Partido dos Animais e Natureza (PAN) (pontuação CHES 2019 – 4.166) – ganharam assentos no PE em 2014 e 2019, respetivamente (European Parliament, 2019d).

O ano de 2009 foi um período tumultuoso para o caso português: baseado numa análise dos media (TV, internet e radio), o país passava por uma das maiores recessões económicas desde os anos 30 e do aumento do desemprego com a falência de muitas empresas, levando à falta de confiança perante o governo incumbente de José Sócrates, líder do Partido Socialista (Resende & Sanches, 2009). Portanto, nas semanas anteriores às eleições europeias, as campanhas eleitorais para 2009 foram marcadas pela oposição, nomeadamente o PSD, manifestar o descontentamento perante o PS e ao governo incumbente e acusar o mesmo do estado em que o país se encontrava (ibid.). Enquanto que o foco de assuntos nacionais predominava as agendas partidárias dos partidos em oposição,

---

<sup>8</sup> Nas eleições para o Parlamento Europeu de 2019, Portugal elegeu 21 deputados devido ao falecimento do candidato André Bradford do Partido Socialista;

<sup>9</sup> Ver Apêndice 1 para o posicionamento dos partidos nacionais face à EU;

<sup>10</sup> Dados do Chapel Hill Expert Survey 2010, 2014 e 2019 (Bakker et al., 2015, 2019; Polk et al., 2017);

<sup>11</sup> Ibid.

as campanhas do PS tiveram saliência em assuntos europeus, promovendo, por exemplo, um sistema de taxas europeu (embora criticado pela oposição) (ibid.).

Portugal inseriu-se num programa de ajustamento financeiro (*bailout*) em 2011, também conhecida como a *Troika*. Assim, nos anos que se seguiram até às eleições europeias de 2014, Portugal passava por um clima de políticas de austeridade por ter feito um pedido de resgate financeiro ao Banco Central Europeu e ao Fundo Monetário Internacional. As eleições legislativas de 2011 foram marcadas pela alternância política do PS para a coligação Aliança Portugal (PSD-CDS), governado por Pedro Passos Coelho. Várias medidas económicas para recuperar o país que passava uma profunda crise financeira foram adotadas pelo governo incumbente, através de medidas impostas pela *Troika*. Numa análise de manifestos e debates partidários, as eleições europeias de 2014 foram marcadas por campanhas eleitorais focadas no futuro do país no pós-programas de ajustamento (Freire & Santana-Pereira, 2015). Os assuntos na agenda foram maioritariamente focados em assuntos nacionais, mas também houve um crescimento de assuntos europeus, nomeadamente sobre a intervenção da UE na administração económica e financeira e sobre soluções da UE para resolver a chamada “crise da dívida soberana” europeia (ibid., 389).

Em 2015, o governo de Passos Coelho terminou e deu-se uma alternância de governo de volta para o PS, em que António Costa tomou poder como primeiro-ministro. Numa análise de publicidade política (incluindo redes sociais), em Portugal o período que seguiu-se às eleições europeias de 2019 foi marcado por um clima de superação da crise da zona Euro, em que o PS apresentava campanhas que apelava ao alívio das tensões provocadas pela crise (Edoardo & Johansson, 2019, p. 212). O partido mais ativo nas redes sociais, o BE, compensou a sua atividade de campanha extensiva por ter maior suporte do eleitorado, aumentando o número de votos e assentos obtidos no PE (ibid.).

### **3.2 – Espanha**

Espanha é um país da Europa Ocidental, a única que faz fronteira com Portugal, que, tal como o seu vizinho, instaurou um regime democrático nos anos 70 após um legado de ditadura que identificou a política espanhola por muitos anos. O sistema político é identificado como uma monarquia constitucional e de cariz predominantemente parlamentar (Baviera, 2014), tendo como chefe de Estado o Rei de Espanha, e como chefe de governo o Primeiro-Ministro. Espanha possui um sistema bicameral, sendo o Senado a câmara alta e o

Congresso dos Deputados a câmara baixa, designadas como as “Cortes Gerais” (ibid. 67), em que as eleições para as duas câmaras, designadas como “eleições gerais”, realizam-se a cada 4 anos (Caamaño, 2016) em simultâneo. Os sistemas eleitorais para as duas câmaras são diferentes: para o Congresso, esta é feita por representação proporcional, com voto em listas fechadas e bloqueadas; enquanto que para o Senado, utiliza-se um método mais maioritário, com voto em listas abertas (Linera, 2018, pp. 109–114). O sistema partidário espanhol, em comparação com o caso português, é mais fragmentado: até 2015, o Número Efetivo de Partidos Parlamentares chegou aos 4.1 (José Ramón Montero, Rama, & Esquer, 2016), sendo um sistema de cariz multipartidarista (Linera, 2018, p. 262). A formação de coligações em Espanha, devido à natureza fragmentada do sistema partidário, é mais comum que em Portugal.

A posição dos partidos face à UE apresenta uma característica pró-europeia na sua grande maioria<sup>12</sup>. Mesmo os partidos posicionados à esquerda pura o Podemos (pontuação CHES 2019 – 5.266) e os partidos regionalistas como o Partido Nacionalista Basco (pontuação CHES 2019 – 6.400) e o Bloco Nacionalista Galego (pontuação CHES – 5.545) mantêm uma posição favorável à integração europeia<sup>13</sup>. Somente em 2019 o partido *Vox*, considerado como de natureza nacionalista, tradicionalista e eurocética (pontuação CHES 2019 – 3.266)<sup>14</sup>, obteve assentos no Parlamento Europeu. Tal como na arena nacional, a natureza fragmentada do seu sistema partidário leva à formação de um amplo número de coligações que concorrem para o PE (Parlamento Europeu, 2019).

Desde 2009 até 2019, os partidos que mantiveram representação no Parlamento Europeu foram o *Partido Socialista Obrero Español* (PSOE), o Partido Popular (PP) e o Partido Nacionalista Basco (PNV), este último através da coligação *Coalición por Europa* (CEU – CEUS) (El País, 2019). Desde 2014 que os novos partidos *Podemos* e *Ciudadanos* (C’s) aumentaram a sua representação parlamentar, tanto a nível europeu como nacional (Caamaño, 2016; Romão, 2015). Espanha pode eleger 54 deputados para o PE e utiliza um sistema eleitoral de um círculo uninominal, com os votos em listas fechadas e bloqueadas e com a contagem feita através do método D’Hondt (José R. Montero, Llera, & Torcal, 1992, p. 42).

---

<sup>12</sup> Ver Apêndice 1 sobre o posicionamento dos partidos espanhóis face à UE;

<sup>13</sup> Dados do Chapel Hill Expert Survey 2010, 2014 e 2019 (Bakker et al., 2015, 2019; Polk et al., 2017).

<sup>14</sup> Ibid.

Referente aos períodos das eleições europeias, em 2009 Espanha passava por graves problemas económicos. A taxa de desemprego, até Março de 2009, era a mais alta de toda a UE (OECD, 2009, in Teperoglou, 2010). O governo esquerdista de José Luis Zapatero foi amplamente criticado pela oposição, nomeadamente pelo PP e pela UPyD<sup>15</sup> (o último atualmente integrado no *Ciudadanos*) (Teperoglou, 2010). Por um lado, o partido incumbente, o PSOE, focou na sua agenda partidária em adotar medidas nacionais para resolver a crise económica que se fazia passar no Estado espanhol (ibid.). Por outro lado, o maior partido da oposição, o PP, focou as suas campanhas eleitorais na culpabilização do governo do PSOE pelo estado em que o país se encontrava, enquanto que os partidos mais regionalistas como o CiU<sup>16</sup> da Catalunha e o PNV do País Basco focaram as suas campanhas ao promover interesses regionais (ibid.). No geral, o foco principal nas campanhas dos partidos (maiores e menores) resumiu-se a assuntos mais nacionais que europeus (ibid.).

Em 2014, embora o Estado não tenha necessitado de um programa de ajustamento financeiro, Espanha passava por grandes dificuldades, à semelhança do caso português. O ajustamento ocorreu focalizado no sistema bancário (Fernandez-Villaverde, Garicano, & Santos, 2013). Apesar da diferente natureza, Espanha esteve também sujeito a fortes medidas de ajustamento financeiro. Cordero e Montero (2015, p. 359) explicam que a alternância política do governo do PSOE de Zapatero para o PP de Mariano Rajoy (em 2011) levou a promessas não cumpridas: as medidas de austeridade, que inicialmente foram propostas pelo PP sob uma forma moderada e modesta, foram adotadas sob forma de “políticas draconianas de 'terapia de choque', em que “ao mesmo tempo se solicitava formalmente 40 bilhões de euros da UE para recapitalizar o sistema financeiro e resgatar os bancos e instituições de crédito (...)”. A intenção inicial seria a recuperação económica de Espanha, mas o país estava a sofrer uma das suas maiores recessões económicas, e ainda provocou o aumento da desigualdade e do desemprego (ibid.). Com efeito, o governo de Rajoy tornou-se impopular e o que se sucedeu foi uma onda de descrédito dos cidadãos espanhóis perante o governo espanhol e também perante as instituições europeias: três em cada quatro espanhóis culpavam a UE da situação económica do país (ibid. 357). Baseado numa análise dos programas eleitorais, as campanhas de 2014 foram, na sua maioria, dominadas por assuntos nacionais, quer pelos partidos maiores (PSOE e PP) quer pelos partidos mais pequenos e

---

<sup>15</sup> Unión Progreso y Democracia.

<sup>16</sup> Convergència i Unió.

pelos partidos regionalistas (ibid.). As campanhas focaram-se na recuperação económica do país, na preocupação dos movimentos independentistas na Catalunha e na tentativa de quebrar o sistema bipartidarista que se vivia na política espanhola (Cordero & Montero, 2015; Schmitt & Teperoglou, 2015).

Juntando à impopularidade do governo de Rajoy, o PP foi amplamente criticado pelos partidos de oposição ao ter sido descoberto indícios de financiamento ilegal a dirigentes do partido, o que resultou numa moção de censura contra o governo do PP (Sojo, 2018)<sup>17</sup>. Com a queda do governo de Rajoy, sucedeu-se uma nova alternância de governo em 2018 para o PSOE, cujo presidente de Espanha eleito foi Pedro Sánchez. Houve a marcação de duas eleições antecipadas para 2019, convocadas por Sánchez, que resultaram na vitória do PSOE nas duas eleições legislativas. Numa análise geral dos materiais de campanha (juntamente com dados das redes sociais), as campanhas para as eleições europeias de 2019 em Espanha tiveram um nível baixo de existência de materiais referentes às eleições europeias, muito devido ao *timing* com que estas tiveram com as eleições locais e regionais (Edoardo & Johansson, 2019, p. 240). Os temas marcantes para as eleições europeias focaram-se em pactos de formação de governo e sobre temas ligados a regiões e localidades do território espanhol, mas o conteúdo temático refletia-se em grande parte sob a importância da UE e do projeto de integração europeia (ibid. 240-43).

### **3.3 – Participação eleitoral nas eleições para o Parlamento Europeu em Portugal e Espanha**

O modelo de eleições de segunda-ordem sugere que os resultados eleitorais das eleições europeias reflete a baixa importância que estas eleições têm comparadas com as eleições nacionais, pois existe “menos em jogo” para a formação de governo nacional (Reif & Schmitt, 1980; Van der Eijk & Franklin, 1996). A tendência é para uma elevada abstenção de participação eleitoral nas eleições europeias, favorecendo partidos mais pequenos (com pouca ou nenhuma representação parlamentar nacional) e tende-se em votar no partido de oposição ao governo incumbente, como sinal de protesto com a política nacional, e/ou no partido que ideologicamente se aproxima mais aos eleitores, votando mais “com o coração” do que “com a cabeça” (Franklin, 2005; Freire & Pereira, 2017; Hobolt & Spoon, 2012;

---

<sup>17</sup> O julgamento deste financiamento ilegal ficou conhecido como o “caso Gürtel”. A moção de censura foi impulsionada pelo *Podemos* e apresentada pelo PSOE.

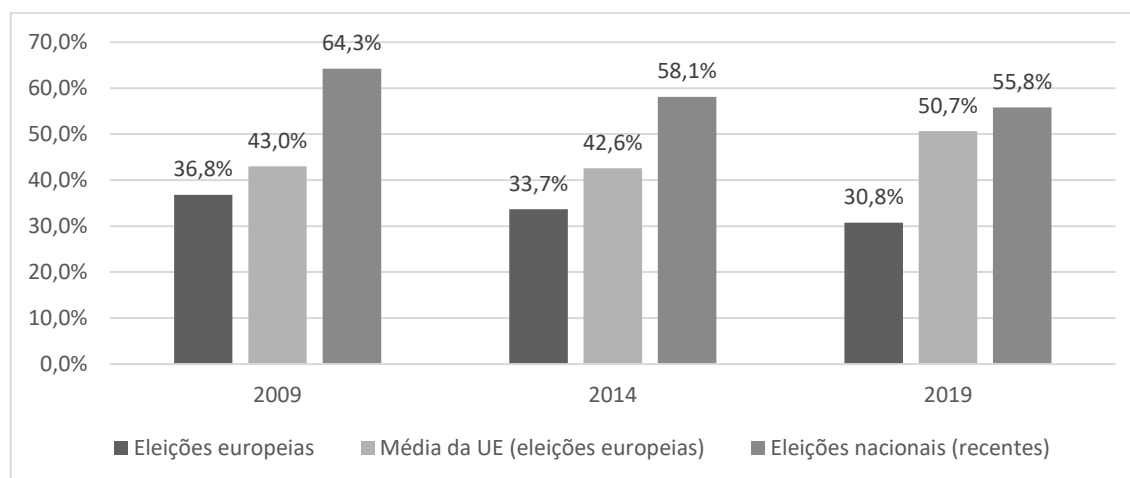
Marsh & Mikhaylov, 2010; Van der Eijk & Franklin, 1996, 2004). Hobolt e Spoon (2012, p. 3) explicam que:

“Em comparação com as eleições de primeira-ordem nacionais, onde a formação de um governo é um objetivo principal, considerações estratégicas sobre o tamanho dos partidos e o desempenho do governo importam menos nas eleições de segunda-ordem do PE e, conseqüentemente, espera-se que os eleitores votem com mais sinceridade, concentrando-se em semelhanças ideológicas.”

Portanto, os resultados de participação eleitoral entre as eleições europeias (segunda-ordem) com as eleições nacionais (primeira-ordem) são um ponto de partida para diversas análises de comportamento eleitoral perante ambas eleições. Assim, a dimensão do “menos em jogo” de Reif e Schmitt (1980) permanece uma explicação clássica (mas não a única, considerando as outras dimensões) para demonstrar a resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem num determinado Estado-Membro.

Assim, observamos os níveis de participação eleitoral nas eleições europeias em comparação com as últimas eleições nacionais em Portugal e Espanha como uma forma de explicar contextualmente a permanência destas eleições no modelo de eleições de segunda-ordem. No caso português, o Gráfico 1 mostra que os resultados de participação eleitoral nas eleições europeias na última década tendem a ser baixos comparados com a participação eleitoral nas eleições nacionais. Além disso, os níveis de participação eleitoral tendem a descer a cada eleição europeia. Portanto, em termos de participação eleitoral, o modelo de eleições de segunda-ordem prevalece. A média europeia de participação eleitoral nos três períodos eleitorais (2009, 2014 e 2019) condizem com o que Lobo (2011) indica que Portugal está abaixo da média europeia em termos de participação eleitoral.

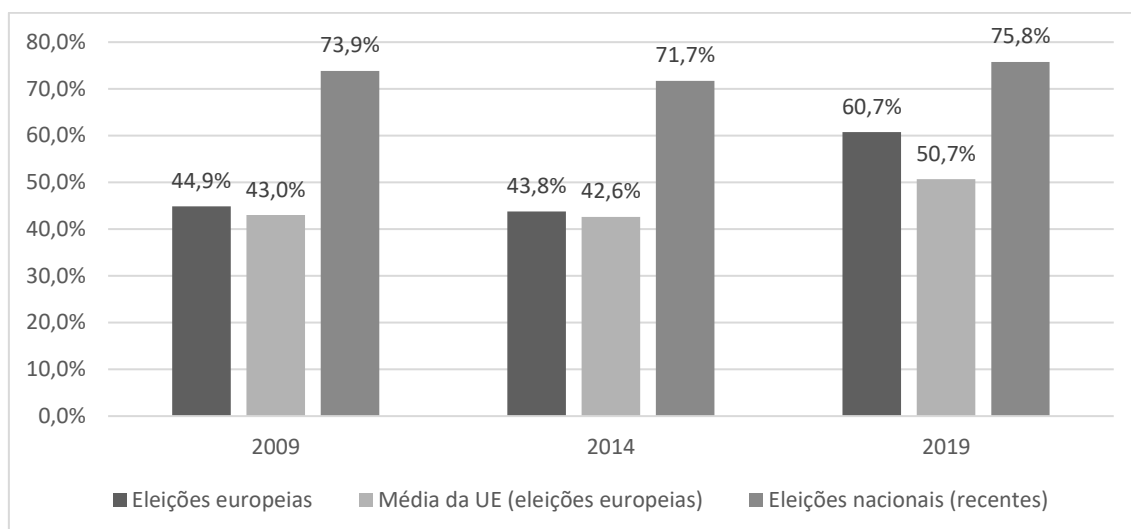
**Gráfico 1 - Participação eleitoral em Portugal: comparação entre a % de votos nas eleições europeias com as mais recentes eleições nacionais**



Fonte: dados do SGMAI (2009, 2014 e 2019)

No caso espanhol, ao visualizar o Gráfico 2, notamos uma semelhança com o caso português: baixo nível de participação eleitoral nas eleições europeias comparativamente com as últimas eleições nacionais. No entanto, encontramos duas diferenças: a participação eleitoral nas eleições europeias em Espanha registou percentagens mais altas comparadas com o caso português e estas percentagens superavam a média europeia desde 2009. A participação eleitoral atingiu o seu auge em 2019, com 60,73% de votos. A possível explicação para este registo de participação deve-se ao timing com que estas eleições europeias tiveram com as eleições regionais e locais. Esta possibilidade vai em congruência com Sotillos e Nieto (2012) quando estes referem que o maior registo de participação eleitoral nas eleições europeias em Espanha, nas primeiras eleições europeias de 1987, deveu-se muito ao timing com que estas tiveram com as eleições autárquicas e regionais no mesmo ano. Portanto, em termos de comparação de participação eleitoral entre eleições europeias e eleições nacionais, o modelo de eleições de segunda-ordem permanece inalterado em Espanha. No entanto, com o crescimento da participação eleitoral nestas eleições, o modelo de eleições de segunda-ordem pode vir a ser mais contestado no caso espanhol do que no caso português.

**Gráfico 2 - Participação eleitoral em Espanha: comparação entre a % de votos nas eleições europeias com as mais recentes eleições nacionais**



Fonte: dados do El País (2009, 2014 e 2019)

Uma outra característica do modelo de eleições de segunda-ordem é o maior voto nos partidos de oposição (voto “com os pés”), como forma de castigar o governo incumbente, e o voto em partidos que se aproximam mais ideologicamente ao eleitorado, e que, geralmente, são partidos que têm menos oportunidade na formação de um governo nacional (voto “com o coração” ou “sincero”) (Franklin, 2005; Freire & Pereira, 2017; Hobolt & Spoon, 2012). Opondo a este tipo de voto, existe o designado voto “com a cabeça” (Franklin, 2005; Freire & Pereira, 2017) ou voto “estratégico” (Hobolt & Spoon, 2012; Schmitt et al., 2020), que traduz-se num voto ao partido que tem maior oportunidade de conseguir formar um executivo nacional, apesar de não ser totalmente coincidente com a ideologia política do eleitorado. Este tipo de voto “com a cabeça” é mais comum nas eleições de primeira-ordem do que nas de segunda-ordem (Franklin, 2005; Freire & Pereira, 2017). Assim, o voto em partidos de oposição ao governo incumbente e em partidos mais recentes e com pouca representação eleitoral é uma característica comum do modelo de eleições de segunda-ordem.

Ao debruçar sobre o sistema partidário em Portugal e em Espanha no subcapítulo anterior, ambos países são marcados por uma tendência comum ao bipartidarismo – foco em dois grandes partidos que, geralmente, são os partidos que protagonizam a alternância de governo nos anos eleitorais (PS e PSD em Portugal e PSOE e PP em Espanha). No entanto, as eleições legislativas na última década têm dirimido a natureza bipartidária dos países



ibéricos, com uma tendência mais virada para o multipartidarismo (Freire & Pereira, 2017; Vidal, 2018). Esta característica tem sido marcada, em maior escala, no sistema partidário espanhol – partidos recentemente criados como o *Ciudadanos* e o *Podemos* têm aproximado os seus resultados eleitorais com os dois partidos grandes (PSOE e PP) nas eleições nacionais (Vidal, 2018). Também, como se destacou, ambos países revelam uma tendência pró-europeia, com poucos partidos a demonstrar uma natureza eurocética (Bakker et al., 2015, 2019). Portanto, interessa analisar a variação de participação eleitoral em Portugal e em Espanha nas eleições europeias como forma a testar o voto “com os pés” e “com o coração”.

Para pôr em prática esta característica do modelo de eleições de segunda-ordem, começou-se por apresentar quais os partidos nacionais que se candidataram pela primeira vez ao PE, quando obtiveram os seus assentos no PE pela primeira vez e se obtiveram mais votos nas eleições europeias do que nas eleições nacionais mais recentes. O espaço temporal entre a participação eleitoral nas eleições europeias com as eleições nacionais é de um ano (podem, as eleições nacionais, se ter sido realizadas antes ou depois das europeias).

A Tabela 1 mostra que a maioria dos partidos nacionais, em Portugal e em Espanha (que obtiveram assentos no PE em 2019), participaram nas primeiras eleições europeias a serem realizadas em ambos Estados-Membros (1987). Em Portugal, os partidos que desde 1987 possuem assento no PE são o PS, o PSD, o CDS-PP, e a CDU. A partir de 2004, o BE passou a formar parte dos partidos que, até recentemente, mantêm assentos no PE. Uma das surpresas mais marcantes em Portugal foi a eleição de dois deputados de um partido pequeno, o Partido da Terra (MPT), em 2014, que conseguiu pela primeira vez representação no PE (Freire & Santana-Pereira, 2015), cujo histórico de candidaturas para as eleições europeias vem desde 1994. Nas eleições de 2019, outra surpresa se destacou: a eleição do PAN para o PE, um partido recentemente formado comparado com os restantes partidos portugueses. Assim, as eleições europeias de 2014 e 2019 em Portugal foram marcadas pela eleição de dois partidos mais pequenos, ou seja, com pouca representação parlamentar.

Em Espanha, os partidos que mantêm lugar no PE desde 1987 são o PSOE, o PP, a IU, o CDC, e a EA/EH Bildu; e desde 1989, a ERC e o PNV. Nas eleições europeias de 2014, três partidos espanhóis obtiveram assentos no PE pela primeira vez: o *Ciudadanos* (C's), o *Podemos* e o *Compromís*. O mais marcante foi o *Podemos*, pois foi um partido criado no mesmo ano que decorreram as eleições para o PE e foi o único partido espanhol que obteve assentos no PE sem ter representação parlamentar nacional (Cordero & Montero,

2015). Talvez o aspeto mais importante para ser destacado foi, pela primeira vez, a eleição de um partido recentemente formado, nacionalista e eurocético, o *Vox*, para o PE (Bakker et al., 2019; Edoardo & Johansson, 2019).

*Tabela 1 – Eleições europeias: partidos que se candidataram e obtiveram assentos no PE pela 1ª vez*

<b>País</b>	<b>Partidos</b>	<b>Ano que se candidatou pela 1ª vez ao PE</b>	<b>Ano que obteve assentos no PE pela 1ª vez</b>	<b>Maior percentagem de voto nas eleições europeias (2009-2019) do que nas eleições nacionais mais recentes?</b>
<b>Portugal</b>	Bloco de Esquerda (BE)	1999	2004	Sim (2009, 2019); Não (2014)
	Centro Democrático Social – Partido Popular (CDS-PP)	1987	1987	Não (2009, 2014); Sim (2019)
	Coligação Democrática Unitária – Partido Comunista Português + Partido Os Verdes (CDU – PCP+PEV)	1987	1987	Sim (2009, 2014, 2019)
	Partido Socialista (PS)	1987	1987	Não (2009, 2014, 2019);
	Partido Social Democrata (PSD)	1987	1987	Sim (2009); Não (2014, 2019)
	Partido da Terra (MPT)	1994	2014	Sim (2009, 2014)
	Partido dos Animais e da Natureza (PAN)	2014	2019	Sim (2014, 2019)
<b>Espanha</b>	Ciudadanos (C's)	2009	2014	Não (2009, 2014, 2019)
	Compromís	2014	2014	Não (2014); Sim (2019)
	Convergència Democràtica de Catalunya / Partido Demócrata Europeo Catalán (CDC / PDeCAT)	1987	1987	Sim (2009, 2014, 2019)
	Esquerra Republicana de Catalunya (ERC)	1987	1989*	Sim (2009, 2014, 2019)
	Eusko Alkartasuna / Euskal Herria Bildu (EA / EH Bildu)	1987	1987	Sim (2009, 2014, 2019)

	Izquierda Unida (IU)	1987	1987	Não (2009, 2019); Sim (2014)
	Partido Popular (PP)	1987 (como Alianza Popular - AP)	1987	Sim (2009, 2019); Não (2014)
	Partido Nacionalista Vasco (PNV)	1987	1989*	Sim (2009, 2014, 2019);
	Partido Socialista Obrero Español (PSOE)	1987	1987	Não (2009); Sim (2014, 2019)
	Podemos	2014	2014	Não (2014, 2019);
	Vox	2014	2019	Sim (2014); Não (2019)

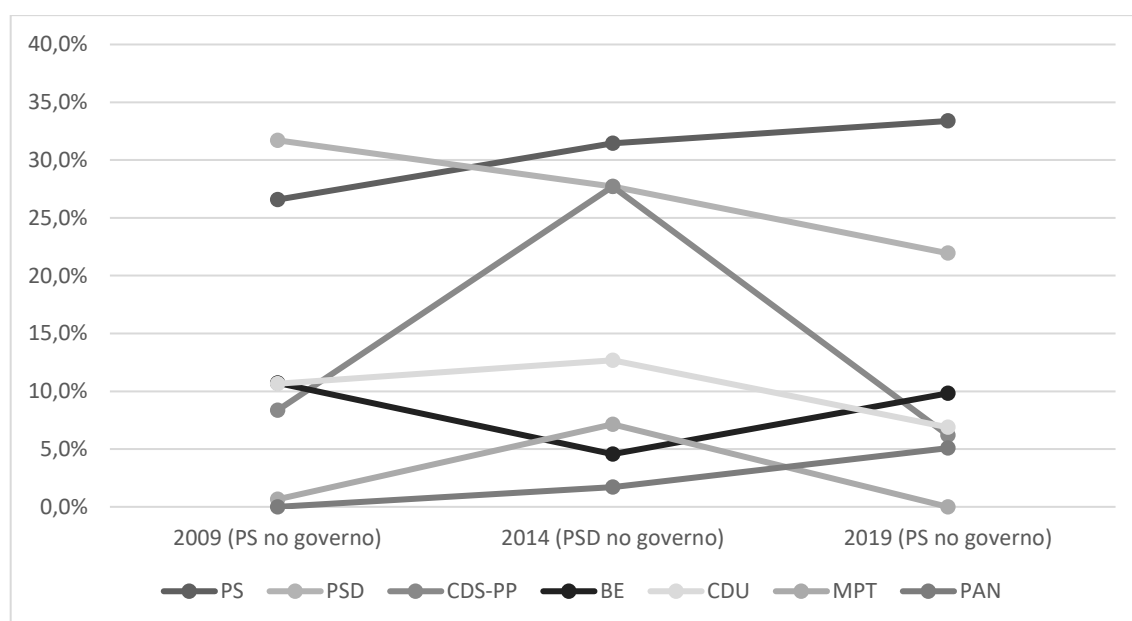
Nota: os partidos em análise são os que ganharam assentos nas eleições para o PE em 2019. A obtenção de lugares no PE pelos partidos descritos conta com as coligações de que faziam parte. \*Devido à assinatura de pactos de coligação, estes implicavam a rotação dos mandatos em turnos: o PNV obteve o seu eurodeputado logo no primeiro turno, mas o ERC só obteve no segundo turno. Fonte: dados do SGMAI (Portugal) e do Infoelectoral (Espanha).

Para verificar a existência do voto “com o coração”, ou seja, voto nos partidos mais achegados ideologicamente e que, geralmente, têm pouca representação e/ou baixa possibilidade na formação de governo (Franklin, 2005), comparamos se a participação eleitoral nas eleições europeias têm sido maiores nestes partidos do que nas últimas eleições nacionais, num espaço de tempo de um ano entre ambas eleições. A Tabela 1 sugere que as eleições de 2014 foram marcadas pela maior percentagem de voto nas eleições europeias em partidos mais pequenos e com pouca representação, como o MPT e o PAN em Portugal, e os partidos regionalistas em Espanha (o CDC, o EA/EH Bildu, a ERC e o PNV. A mesma tendência também é notada nas eleições europeias de 2019, apesar do MPT (Portugal) e do Vox (Espanha) serem as exceções. No entanto, uma exceção notável foi o Podemos. Apesar de ser um partido pequeno e recentemente formado, que obteve assentos no PE no mesmo ano que se formou, os resultados eleitorais parecem ser maiores nas eleições nacionais do que nas europeias.

Verificando a existência do voto “com os pés”, ou seja, votos no maior partido de oposição ao partido incumbente, os Gráficos 3 e 4 permitem analisar a alternância de votos dos dois partidos moderados que caracterizam a alternância de governo em Portugal (PS e PSD) e em Espanha (PSOE e PP) durante as eleições para o PE na última década. Os mesmos Gráficos também permitem analisar, novamente, o grau de voto “com o coração”, mas desta vez durante a participação eleitoral nas eleições europeias ao visualizar a percentagem de votos nos partidos mais pequenos comparado com os votos nos partidos maiores. Nota-se

um padrão semelhante nos dois casos: nos anos de 2009 e 2014, o partido incumbente no governo nacional tende a perder votos nas eleições europeias para o partido de oposição. Adicionalmente, os partidos mais pequenos tendem a obter um maior número de votos ao longo da última década das eleições europeias. Os mais destacados foram o BE e o PAN em Portugal, e o C's, o *Podemos* e o *Vox* em Espanha. Portanto nas eleições europeias de 2009 e de 2014, o voto “com os pés” está presente, e nas eleições de 2014 e de 2019, o voto “com o coração” é destacado. As únicas exceções notáveis são a descida de percentagem de votos do MPT em Portugal<sup>18</sup> e do *Compromís* em Espanha.

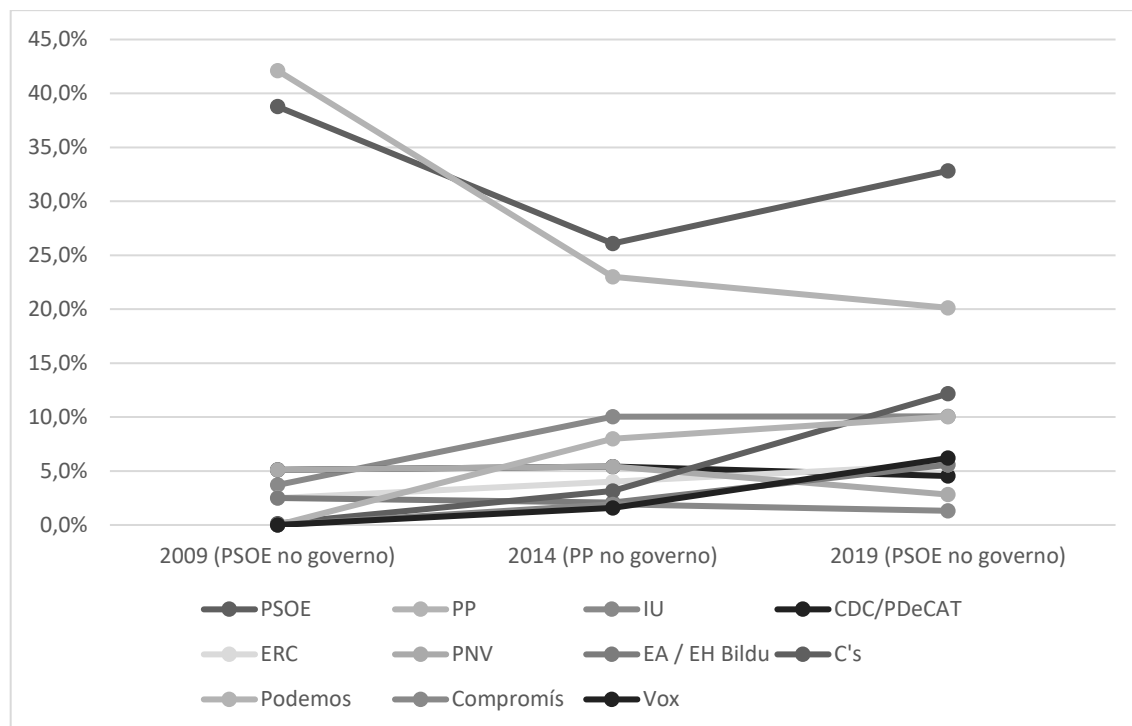
**Gráfico 3 – Percentagem de votos nos partidos incumbentes e nos restantes partidos em Portugal durante as eleições europeias**



Fonte: resultado de participação eleitoral de cada partido coincide com o resultado total da coligação em que se inseriu (como o PSD e CDS-PP em 2014). Fonte: dados do SGMAI

<sup>18</sup> O Partido da Terra não concorreu às eleições para o Parlamento Europeu de 2019 por não apresentar lista própria. Fonte: <https://observador.pt/2019/04/15/europeias-movimento-partido-da-terra-sem-lista-propria-e-fora-de-coligacoes/>

**Gráfico 4 – Percentagem de votos nos partidos incumbentes e nos restantes partidos em Espanha durante as eleições europeias**



Nota: resultado de participação eleitoral de cada partido coincide com o resultado total da coligação em que se inseriu (exemplos são os partidos IU, CDC, ERC, PNV, EH Bildu e Compromís). Fonte: El País

Portanto, o “menos em jogo”, que é uma dimensão do modelo de eleições de segunda-ordem, está presente em Portugal e Espanha. Na última década, os níveis de participação eleitoral em ambos os casos são mais baixos nas eleições europeias comparados com a percentagem de votos nas últimas eleições nacionais. Adicionalmente, existe a tendência para um maior número de votos nos partidos mais pequenos nas eleições europeias do que nas eleições nacionais e existe a tendência para a perda de votos dos partidos incumbentes, nomeadamente durante o período de crise (2009-2014). Os dados foram notáveis mais para o caso espanhol do que para o caso português. O número de votos nos partidos pequenos espanhóis, que obtiveram assentos pela primeira vez no PE após 2014, aproximam-se ao número de votos nos países moderados, podendo quebrar a tradição bipartidarista em Espanha pelo menos nas eleições para o PE (Cordero & Montero, 2015; Vidal, 2018).

No entanto, para esta dissertação, a análise da resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem em Portugal e Espanha vai para além da dimensão do “menos em jogo”. Apesar de esta dimensão ser uma explicação clássica para a permanência do modelo de

eleições de segunda-ordem num determinado Estado-Membro, é necessário desenvolver e expandir o conceito de “a Europa importa” (Adam & Maier, 2011; de Vries, 2007; Whitefield & Rohrschneider, 2015). Isto quer dizer que é preciso analisar o contexto que antecipa os resultados eleitorais das eleições para o PE como forma de entender se a UE é, de facto, discutida pelos partidos nacionais nas suas campanhas. Por outras palavras, para saber o nível de politização da UE em Portugal e Espanha, uma análise dos materiais de campanha partidários para as eleições europeias poderá, possivelmente, testar mais profundamente a resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem. O capítulo a seguir irá debruçar os objetivos desta dissertação em concreto. No geral, esta investigação pretende analisar o grau de politização da UE nos casos português e espanhol, através da articulação e contestação de temas ligados à Europa, e testar se existe uma permanência do modelo de eleições de segunda-ordem ou se está perante uma mobilização estratégica partidária com a União Europeia.



## Capítulo 4 – Objetivos, Hipóteses e Metodologia

### 4.1 – Questão de investigação e objetivos

Nos capítulos anteriores caracterizámos as eleições europeias como eleições de segunda-ordem, indicando as dimensões que guiam as eleições europeias para a terminologia de “segunda-ordem”. Destacámos o papel dos partidos políticos como agentes com capacidade para politizar e aumentar a saliência de temas europeus nas eleições para o Parlamento Europeu. O modelo das eleições de segunda-ordem pode ser desafiado dada a importância da UE nos sistemas políticos nacionais, o que poderia gerar maior mobilização estratégica partidária, ou seja, através da inclusão da UE no conteúdo de campanha dos partidos nacionais (Adam & Maier, 2011). Com base na literatura, temas europeus, apesar da sua baixa discussão no geral, têm visto um crescimento de saliência nas campanhas partidárias especialmente na entrada do período da crise da zona Euro.

Adicionalmente, descrevemos os sistemas eleitorais e partidários em Portugal e Espanha, bem como o contexto das eleições europeias nos países ibéricos e a sua participação eleitoral nas eleições europeias. Embora a politização da UE pelos partidos políticos tenha sido amplamente analisada (Adam & Maier, 2011; Holtz-Bacha et al., 2011; Holtz-Bacha et al., 2017), importa compreender a evolução longitudinal desta politização, utilizando como ponto de referência Portugal e Espanha. A razão de escolha dos países ibéricos tem em conta alguns aspetos em comum: ambos países têm um legado de regimes autoritários durante o século XX, ambos entraram na Comunidade Económica Europeia em 1986, ambos usam sistemas eleitorais semelhantes nas eleições legislativas (representação proporcional, método D’Hondt, listas fechadas), alternâncias no governo e maior concentração de votos entre dois partidos (PS e PSD em Portugal e PSOE e PP em Espanha), são dois Estados-Membros da UE com regimes democráticos estabelecidos e com um índice de democracia alto<sup>19</sup> que reforçaram a sua democracia com a entrada na União Europeia e ambos viveram períodos tumultuosos durante as crises económicas e financeiras na Europa. No entanto, Espanha difere de Portugal nesta última categoria por não se ter inserido num programa de ajustamento financeiro como a *Troika*, embora o sistema bancário tenha sido alvo de intervenção (Cordero & Montero, 2015).

---

<sup>19</sup> De 0-10 (0 – regime completamente autoritário, 10 – regime completamente democrático), o score de Portugal é de 7.84 e Espanha 8.08, em 2018 (The Economist, 2019).



O nosso objetivo principal está em concordância com a nossa questão de investigação: num período pós-crise da zona Euro, será que as Eleições Europeias continuam a ser categorizadas como “eleições de segunda-ordem”? Empiricamente, esta dissertação pretende analisar a evolução e resiliência do modelo das eleições de segunda-ordem, considerando como indicador fundamental a politização da União Europeia nos materiais de campanha dos partidos políticos (tempos de antena, cartazes/posters e comunicados de imprensa). Para este efeito, esta dissertação visa atingir quatro objetivos de investigação:

1. Analisar a evolução da politização da UE pelos partidos políticos, considerando quatro indicadores, nomeadamente: a saliência dos atores, dos temas, dos símbolos e das clivagens;
2. Compreender os efeitos da crise na politização da UE pelos partidos políticos;
3. Identificar os temas salientes nas campanhas eleitorais;
4. Analisar o tom das mensagens (positivas ou negativas) apresentadas pelos partidos nacionais referente ao próprio projeto de integração europeia e ao funcionamento das instituições europeias.

#### **4.2 – Hipóteses**

Como forma de compreender a saliência europeia dentro dos materiais de campanha, devemos entender qual o tema principal debatido nas campanhas pelos partidos. A literatura sugere que o foco dos materiais de campanha dos partidos políticos tende a ser mais nacional do que europeu/supranacional, um sinal de que se tratariam de eleições de “segunda-ordem” (por ex. Van der Eijk and Franklin 1996, 2004; Hix and Marsh 2011; Marsh 1998; Reif 1984; Reif and Schmitt 1980; de Vreese et al. 2007). Os temas podem ter como âmbito de abordagem somente a UE, ter um misto de relação UE e nacional ou serem exclusivamente de âmbito nacional. O foco europeu ou nacional pode, contudo, estar associado a diferentes arenas temáticas. Com efeito, o estudo de Novelli et al. (2017) sugere a maior saliência de temas económicos nos países mais afetados pela crise da zona euro. Assim, é esperado que o foco europeu esteja relacionado com temática económica, embora este efeito seja potencialmente mais visível nas eleições de 2014 do que nas eleições de 2019 em razão da proximidade com os anos de crise e de ajustamento económico. Com efeito, apresentamos a seguinte hipótese:

*H<sub>1</sub> – Nos materiais de campanha para as eleições europeias de 2009 e de 2014, a saliência de temas europeus referente a assuntos económicos tende a ser maior comparado com 2019.*

Um exemplo para o grau de politização da UE nos partidos nacionais é consistente com a designada “articulação pública” (*public articulation*) (Adam & Maier, 2011). De Wilde (2007, 4) considera que, no seio da UE, os partidos políticos têm o papel de articulação de uma “pluralidade de opiniões dentro de uma sociedade em temas relacionados com a UE, para uma alegação (*claim*) mais focada e coerente numa política (*policy*)”. Isto quer dizer que os partidos atuam como agentes que transformam temas relacionados com a União Europeia em mensagens a partilhar com a sociedade que refletem as posições dos mesmos no projeto de integração europeia. Por um lado, o modelo de eleições de segunda-ordem sugere que a articulação da UE é protagonizada por atores nacionais com mensagens com uma extensão mais nacional. Por outro lado, uma mobilização estratégica partidária requer que a articulação da UE seja participada por atores europeus cujas mensagens refletem a UE como um todo (Adam & Maier, 2011). Um fator de visibilidade da EU, ou seja, referência à Europa nos materiais de campanha dos partidos políticos, se deve à existência dos símbolos usados nos materiais de campanha – nomeadamente a bandeira da UE, a moeda Euro e monumentos europeus (de outros Estados-Membros sem ser os do próprio país). Segundo Bruter (2009), símbolos referentes à União Europeia enfatizam perceções relativamente positivas ao processo de integração por parte dos cidadãos. Referente aos partidos, um estudo empírico realizado por Dumitrescu and Popa (2016) demonstra que partidos que utilizam símbolos da UE durante as campanhas para as eleições europeias atraem maior atenção por parte do eleitorado sobre questões europeias. No entanto, a existência de símbolos varia entre partidos de diferentes espectros. Os partidos europeístas (europeístas) tendem a utilizar mais símbolos europeus durante as suas campanhas (Popa & Dumitrescu, 2017), enquanto que os partidos eurocéticos dedicam menor atenção ou apresentam-nos com um tom negativo (ibid. 2016).

Os partidos eurocéticos tendem a destacar-se mais na mobilização de discussão do projeto europeu do que os partidos europeístas (Kriesi et al., 2006; Risse, 2010). Por outro lado, alguns estudos sugerem que são as estratégias de articulação de mensagens e as suas temáticas que define a existência de uma articulação europeia (Steenbergen & Scott, 2004), não sendo uma característica única dos partidos eurocéticos (Adam & Maier, 2011). Com o

aumento de participação eleitoral nas eleições europeias de 2019, comparado com as eleições europeias de 2009 e 2014, podemos esperar um aumento do número de atores europeus cujas mensagens incidiram-se num espectro mais europeu que nacional. Interessa ainda confirmar se existem diferenças na saliência da UE entre os partidos eurocéticos e europeístas. Com efeito, um sistema partidário nacional pode afetar a articulação da EU com os partidos eurocéticos a transmitir mensagens com uma visibilidade mais europeia do que os pró-europeus (ibid.). Portugal possui um nível de partidos eurocéticos maior do que Espanha<sup>20</sup>, o que pode gerar maior visibilidade da UE nas campanhas eleitorais. Assim, formulamos as seguintes hipóteses:

*H<sub>2A</sub> – A articulação da UE é maior nos materiais de campanha dos partidos eurocéticos do que partidos europeístas;*

*H<sub>2B</sub> – Devido ao seu maior número de partidos eurocéticos, a articulação da UE será mais visível em Portugal do que em Espanha.*

Um outro indicador para o grau politização da UE consiste na contestação pública (*public contestation*) (Adam and Maier 2011). Falamos de contestação quando o resultado de articulação dos temas (que mencionamos na hipótese anterior) levados a cabo pelos partidos políticos leva a uma condição para contestar a Europa através da polarização de opiniões, interesses e valores (ibid.). Os partidos competem entre si em determinados temas e tópicos económicos e culturais europeus ao posicionaram-se a favor ou contra a UE, como forma de mobilizar o eleitorado (Adam & Maier, 2011; de Wilde, 2007; Hobolt & Rodon, 2020). Partidos que destacam na sua agenda assuntos sobre a integração europeia são partidos que favorecem saliência da UE (Steenbergen & Scott, 2004). De Vries (2007) considera que a contestação da UE é levada a cabo em maior escala por partidos localizados nos extremos do espectro esquerda-direita, que desafiam os partidos nacionais no espectro mais dominante sobre a UE, os pró-europeus. Uma Europa contestada requer foco na competição partidária em temas europeus, na qual, por si, constitui como uma espécie de “gigante adormecido” que, quando despertado, impulsiona “os eleitores a comportamentos políticos que [...] minam as bases da mobilização contemporânea de partidos em muitas, senão na maioria, das políticas europeias” (Van der Eijk & Franklin, 2004, pp. 32–33). Adam

---

<sup>20</sup> Ver Apêndice 1 para o posicionamento dos partidos face à UE;

e Maier (2011) sugerem que, por um lado, este indicador no modelo de eleições de segunda-ordem sugere que a campanha seja conduzida numa arena mais nacional; por outro lado, uma mobilização estratégica partidária é visível se a contestação é levada a cabo numa arena europeia. Ou seja, se as clivagens económicas e culturais tiverem um foco mais europeu, então estaremos perante uma mobilização estratégica partidária; por outro lado, uma visibilidade mais nacional das clivagens confirma a predominância do modelo de segunda-ordem ao nível da visibilidade da UE. Assim, a seguinte hipótese pode ser formulada:

*H<sub>3A</sub> – Se as clivagens apresentam um foco europeu, então os partidos nacionais favorecem maior contestação da UE;*

Os partidos políticos podem competir sobre dois eixos: socioeconómico (esquerda-direita) e cultural-identitário (GAL e TAN) (Adam and Maier 2011, 439). Na clivagem socioeconómica, a saliência da UE insere-se no espectro esquerda-direita: os partidos de esquerda normalmente criticam a liberalização do mercado na UE e apoiam uma maior intervenção do Estado na economia, enquanto que os da direita apoiam o mercado livre dentro da UE (ibid.). A clivagem cultural tem em conta aspetos relacionados com a cultura e identidade predominantes nas campanhas – os GAL implicam maior ênfase numa Europa mais multicultural e diversificada; e os TAN destacam atitudes predominantemente tradicionais/conservadoras como a restrição e/ou controlo da imigração, um apogeu à sociedade, valores e cultura nacional e a recusa do multiculturalismo (ibid., 435). No entanto, uma Europa contestada requer a inserção de temas relacionados com a UE dentro das clivagens debatidas. Com isto, Adam and Maier (ibid., 439) consideram que a “pré-condição para uma Europa contestada vai para além do estado-nação”, o que implica a discussão do papel da UE nestas clivagens: para identificar a resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem nacionais ou de agentes mobilizadores estratégicos, a contestação deve ser levada a cabo com uma dimensão mais nacional ou europeia. Nos períodos durante e após a crise, esperamos que a UE seja discutida não só como dimensão temática, mas também como o seu papel importante dentro da temática em questão. No entanto, para haver contestação, é necessário haver um desafio do “consenso pró-europeu” (Adam & Maier, 2011, p. 440), ou seja uma oposição de mensagens com avaliações da UE mais negativas que desafiam a convencionalidade pró-europeia de um Estado-Membro. Baseando nesta última perspetiva,

Schuck and De Vreese (2006, 61) apresentam a possibilidade da União Europeia ser considerada como “risco” ou “oportunidade”. No primeiro caso, reportamo-nos os receios de incremento de instabilidade, crime e altos custos; e a segunda condiz com potenciais consequências positivas de maior integração e alargamento da UE. Estas clivagens com as suas avaliações podem resultar numa Europa integrada ou demarcada, mas a literatura indica que a contestação, como forma de desafiar o consenso pró-europeu, é estabelecida com maior reconhecimento pelos partidos críticos do mercado comum (esquerda) e do processo de integração (TAN) (Kriesi et al. 2006; Adam and Maier 2011). A crise da zona Euro teve impactos negativos nas economias nacionais da Europa do Sul (Schmitt & Teperoglou, 2015). Assim, é possível que se verifique uma avaliação da UE como um risco mais do que um solucionador de problemas e de estarem posicionados num espectro de anti-mercado e anti-integração. Com efeito, formulamos as seguintes hipóteses:

***H<sub>3B</sub>** – Por consequência da crise da zona Euro, a contestação leva a mais avaliações da UE como um risco do que como oportunidade.*

***H<sub>3C</sub>** – Por consequência da crise da zona Euro, a contestação da UE é protagonizada por partidos anti-mercado (esquerda) e anti-integração (TAN).*

Os sistemas partidários que incluem partidos eurocéticos são mais propícios a contestarem a UE, ou seja, desafiando o consenso pró-europeu, com partidos a contestar uma Europa como risco, e a localizarem-se numa perspetiva de anti-mercado (como os de extrema-esquerda) e de anti-integração (como os de extrema-direita) (Adam & Maier, 2011). Por isso, esperamos que em Portugal, com dois partidos eurocéticos (BE e CDU), que permanecem no PE desde 2004, se destaque por apresentar maior contestação da UE do que em Espanha, havendo um somente um partido eurocético que se estabeleceu no PE em 2019. Assim, a saliência da UE em Portugal é expectável que seja mais alta no espectro da esquerda (pró-estado) e nas TAN (anti-integração), e em Espanha no espectro da direita (pró-mercado) e nas GAL (pró-integração):

***H<sub>3D</sub>** – Devido à existência de mais partidos eurocéticos em Portugal do que em Espanha, a contestação da UE será mais visível no caso português.*

Para além de analisar a visibilidade da UE através da articulação e contestação da UE, interessa analisar o tom das referências às instituições e políticas da UE. A Europa passou imensas dificuldades e os impactos da crise financeira gerou grandes contestações Estados-Membros vítimas das políticas de austeridade (Magalhães, 2014; Novelli et al., 2017). A crise da zona Euro que os Estados-Membros da UE vieram a confrontar-se nos anos recentes têm facilitado o crescimento das mensagens negativas pelos partidos nacionais face ao rumo que a UE está a tomar nas suas políticas e integração, aumentando a onda de Euroceticismo (Adam et al., 2013; Freire & Santana-Pereira, 2015; Freire et al., 2014; Holtz-Bacha et al., 2017). A designada “negatividade” das campanhas eleitorais pode desencorajar o público em apoiar o partido, neste caso, a favor da UE (por exemplo, no próprio projeto de integração europeia). Raycheva and Šuminas (2017, 81) explicam a negatividade como uma forma de “incutir medo, dúvidas, incerteza e tensão entre as abordagens favoritas ao compilar mensagens políticas negativas”. Pérez (2017) considera que o número de mensagens de campanha negativas face ao projeto europeu, nomeadamente nos países da Europa do Sul, não difere consideravelmente entre Estados com maior número de eurocéticos e com uma predominância pró-europeia. Apesar das diferenças nos sistemas partidários em Portugal e Espanha, que possivelmente podem afetar a avaliação do papel da UE nos aspetos económicos e culturais, as políticas de austeridade adotadas pelos países ibéricos, como resultado da crise financeira, gerou grandes divergências no apoio/crítica face às instituições europeias, quer pelos pró-europeus quer pelos eurocéticos (Cordero & Montero, 2015; Freire et al., 2014; Schmitt & Teperoglou, 2015). Espera-se, assim, que o período pós-crise (2019) seja caracterizado por um tom mais negativo que positivo. Com efeito, formulamos a seguinte hipótese:

*H<sub>4</sub> – No período pós-crise, as mensagens de campanha partidárias tendem a avaliar a UE mais negativamente.*

### **4.3 – Métodos e dados**

A metodologia utilizada para a nossa investigação será baseada numa análise de conteúdo quantitativo dos materiais de campanhas em três eleições para o PE – 2009, 2014 e 2019. Os casos selecionados são Portugal e Espanha, dois Estados-Membros da União Europeia cujas semelhanças e diferenças já foram expostas na revisão da literatura. A análise será aplicada

em três tipos de conteúdo mediático: TV spots/tempos de antena, posters/cartazes e comunicados de imprensa. Escolhemos analisar as campanhas dos partidos (de Portugal e Espanha) que obtiveram mais de 3% dos votos para o PE, ou seja, somente os partidos que conseguiram lugares no Parlamento<sup>21</sup>. Inicialmente, confirmamos o número de materiais de campanha codificados. Notamos uma diferença do número de materiais usados pelos partidos em ambos casos em 2019: em Portugal foram codificados 230 materiais que incluem tempos de antena, cartazes/posters e comunicados de imprensa; e em Espanha, foi identificado um número reduzido de 83 materiais. Uma possível explicação para a diferença deste número de materiais codificados pode ter a ver com o *timing* que estas eleições decorreram com as eleições domésticas: a data para as eleições europeias em Espanha coincidiu com a data para as eleições autárquicas e algumas regionais dentro do país, o que pode ter levado a uma divisão estrutural de materiais, uns para as campanhas europeias e outras para as autárquicas e regionais. Isto também pode ter gerado um impacto, por exemplo, no tempo de duração dos tempos de antena<sup>22</sup>. A Tabela 2 apresenta o volume dos materiais de campanha eleitoral analisados em cada um dos países.

*Tabela 2 – Número de campanhas eleitorais (por ano)*

<b>País</b>	<b>Ano</b>	<b>N (materiais de campanha)</b>
Portugal	2009	163
	2014	353
	2019	230
Espanha	2009	165
	2014	109
	2019	83

Optamos pela escolha de análise de posters e de tempos de antena porque, tal como outras formas de fazer campanha, este tipo de conteúdo “representa uma comunicação persuasiva projetada principalmente para influenciar os eleitores nas suas decisões” (Holtz-Bacha et al., 2017, p. 3). A análise de tempos de antena tem sido escassa na literatura de

<sup>21</sup> O Partido da Terra (MPT) é o único partido que não consta na base de dados;

<sup>22</sup> Para os tempos de antena em Espanha, a duração da mensagem transmitida em média é de 90 segundos (cerca de 1 minuto e 30 segundos), enquanto que em Portugal é de 150 segundos (cerca de 2 minutos e 30 segundos).

comunicação política em parte devido à possível falta de importância prestada pelos candidatos nesta forma de fazer campanha por efeito das restrições televisivas aplicadas em certos países da UE (ibid.). A investigação sobre a análise de posters também tem sido escassa, apesar da longa tradição de utilização de cartazes e posters que enchem as ruas de toda a Europa em tempo de eleições (Ibid.). Um poster de campanha é um instrumento de comunicação política muito menos regulamentado, bastante destacado pois aparece em todas as ruas e são os instrumentos que os cidadãos mais associam às eleições (Holtz-Bacha, 2017). Adicionalmente, para certos conteúdos de análise que demonstram a visibilidade da UE como o uso de símbolos, os cartazes e tempos de antena são as fontes que potencialmente apresentam estas características distintivas (Holtz-Bacha et al. 2011, in Carlson, Johansson, and Vigsø 2014). Os comunicados de imprensa permitem analisar a perspetiva dos partidos, através de uma fonte não mediada de comunicação direta dos partidos nacionais e os cidadãos (Bevern, 2015).

A variável de interesse neste estudo é a saliência da União Europeia nos materiais de campanha eleitoral. Esta saliência pode ser medida considerando os temas (nacionais/europeus), saliência de atores, temas, símbolos e clivagens. Os nossos objetivos de investigação e as nossas hipóteses nos guiam para testar a visibilidade da UE, pois uma maior visibilidade da UE transmitida pelos partidos “fornece aos cidadãos informações sobre as questões em jogo e informa-os sobre a importância das eleições para o PE” e sugere uma “crescente saliência de tópicos da UE na esfera pública” (Boomgaarden & De Vreese, 2016, pp. 21–32).

Para testarmos a incidência de temas europeus mais relacionados com a economia no período decorrente da crise do que pós-crise ( $H_1$ ), as variáveis de análise serão a existência de temas económicos nas mensagens de campanha e qual a justificação que apresentam todos os temas codificados (quer económicos ou não) - económica, identitária (cultural, étnico, religioso, político), outro ou nenhuma. Assim, não só iremos testar a saliência temática de mensagens na categoria económica, como também iremos testar se todos os temas das mensagens de campanha correspondem a uma justificação económica ou não. Isto quer dizer que a justificação apresentada corresponde à posição “porquê” do ator que transmite a mensagem, ou seja, no tema apresentado, se o ator posiciona a sua mensagem num contexto mais ligado à economia, à identidade/cultural ou a outra posição. Tudo nos vai guiar para



testar a hipótese de que no período decorrente da crise da zona Euro (2009 e 2014) os temas incidiram-se num âmbito mais económico do que no período pós-crise (2019).

Para testarmos a hipótese  $H_{2A}$ , a existência de articulação pública e se são os partidos eurocéticos quem articulam em grande parte os materiais de campanha sobre assuntos europeus, começamos por verificar a existência de articulação da UE nos materiais. Maior articulação da UE nos materiais de campanha implica uma maior mobilização estratégica partidária, desafiando o modelo das eleições de segunda-ordem. Para tal, a Tabela 3 revela como identificamos os atores políticos, os temas e os símbolos presentes nas mensagens, inserindo-os em cada foco – nacional e/ou europeu. Adam e Maier (2011, 439) consideram os atores a nível europeu como “todos os principais candidatos ao Parlamento Europeu de um país, bem como políticos que falam explicitamente como atores com uma função relacionada com a UE”, e os atores nacionais como “políticos que falam em sua função como representantes nacionais”. Um ator será codificado como “europeu” se fizer parte e se tiver contato direto com as instituições europeias (como um deputado para o Parlamento Europeu ou um membro da Comissão Europeia), ou codificado como “nacional” se for um ator político nacional que pode promover os interesses europeus e/ou nacionais (como um primeiro-ministro ou o secretário geral de um partido nacional). Adicionalmente, iremos codificar a dimensão do tema em destaque na mensagem – se é mais nacional, europeu ou ambos. Codificamos a visibilidade da UE com base na presença de símbolos se estes apresentam símbolos como bandeiras da UE, monumentos históricos (que não seja as do país que o partido que se encontra), moeda Euro, etc., em tempos de antena e cartazes. Por outro lado, símbolos de carácter nacional (bandeira e hino nacional, por exemplo) dentro das mensagens revelará a prevalência de símbolos nacionais. É preciso ter em conta que não codificamos símbolos se tais representam um slogan partidário ou mesmo o logotipo do partido *per se*.

Tabela 3 – Indicadores de Visibilidade da UE e o seu foco através da Articulação da UE

	Foco		
Visibilidade da UE: indicadores	Nacional	Europeu	Nacional e Europeu
Atores	Políticos que se manifestam em sua função de políticos nacionais. Pode ser mencionado explicitamente (por ex. um membro do PS sem ser candidato ao PE) ou pode implicitamente ser assumido como um político a liderar o seu país (por ex. António Costa como primeiro-ministro de Portugal).	Todos os principais candidatos ao Parlamento Europeu em um país (embora pertençam ao partido nacional). Além disso, os políticos têm um foco europeu que se expressa explicitamente como atores europeus (por ex. um discurso do Vice-presidente da Comissão Europeia).	Não se aplica.
Temas	A variável descreve se o tema principal se refere à <i>polity</i> , <i>politics</i> e/ou <i>policies</i> do seu próprio Estado-Membro com pouca / nenhuma referência à UE (por ex. tema relacionado com o estado da economia em	A variável descreve se o tema principal se refere à <i>polity</i> , <i>politics</i> e/ou <i>policies</i> de outro Estado-Membro da UE / vários Estados-Membros da UE / da UE num todo (por ex. diretivas europeias que vão ser adotadas por um Estado-Membro).	Não se aplica.

	Espanha, sem fazer referência à “UE”).		
Símbolos	Existência somente de símbolos nacionais nas campanhas. Por exemplo, a bandeira portuguesa e a Torre de Belém nas campanhas portuguesas; a bandeira espanhola e a Catedral da Sagrada Família nas campanhas espanholas.	Existência de símbolos de outros Estados-Membros (que não sejam do país onde se desenvolve a campanha) e da União Europeia nas campanhas eleitorais (por ex. a bandeira da UE, o hino da UE, o passaporte europeu e imagens/vídeos dos pais fundadores da UE).	Existência de símbolos tanto do Estado-Membro onde se desenvolve a campanha como de outros Estados europeus / da UE no geral (por ex. a presença da Torre de Belém e do Coliseu de Roma numa campanha portuguesa)

Nota: análise baseada nos critérios do *codebook* para a nossa Base de Dados.

De seguida, analisamos por partido, nos países ibéricos, quais os que partilham a maior percentagem de visibilidade da UE nos materiais de campanha, seguindo de uma percentagem final. Os resultados obtidos irão nos remeter para testar a hipótese  $H_{2B}$ , maior articulação da UE em Portugal do que em Espanha. Devemos deixar claro que este indicador da hipótese  $H_{2B}$  serve como uma das justificações da literatura sobre maior visibilidade da articulação da UE (Adam & Maier, 2011; Ladrech, 2002; Steenbergen & Scott, 2004; Van der Eijk & Franklin, 2004), embora outros possam justificar a maior articulação da EU em outros indicadores (por ex. número de partidos, diferentes programas de ajustamento e existência de clivagens). O objetivo da dissertação está alinhado com a literatura que correlaciona a quantidade de partidos eurocéticos e articulação da UE.

Em relação às hipóteses  $H_{3A}$  e  $H_{3B}$ , existência de contestação da UE e o papel que a UE protagoniza, a Tabela 4 demonstra que começamos por codificar as mensagens com base na existência de clivagens – socioeconómica e cultural-identitária - e na sua visibilidade (foco).

*Tabela 4 – Indicadores de Visibilidade da UE e o seu foco através da Contestação da UE*

	Foco	
<b>Visibilidade da UE: indicadores</b>	<b>Nacional</b>	<b>Europeu</b>
Clivagem socioeconómica	Competições partidárias relacionadas com a economia e finanças debruçam-se num âmbito mais nacional, mencionando minimamente a UE (por ex. críticas dos partidos nacionais direcionadas ao governo incumbente pelo estado económico do país)	Competições partidárias relacionadas com a economia e finanças inseridas numa arena europeia, nomeadamente mensagens que refletem o estado económico de toda a UE e quais as responsabilidades que a UE protagoniza face à situação económica dos Estados-Membros.
Clivagem cultural-identitário	Competições partidárias acerca de temas relacionados com a migração, o multiculturalismo e abertura de fronteiras somente inseridas numa arena nacional (por ex. mensagens que discutem o aumento do número de imigrantes de países não pertencentes à Europa no seu Estado-Membro).	Competições partidárias sobre temas relacionados com a migração, o multiculturalismo e a abertura de fronteiras debruçam-se numa arena mais europeia (por ex. alargamento da UE aos Estados da Europa Oriental, presença e inserção de etnias e línguas diferentes na UE).

Nota: análise baseada nos critérios do codebook para a nossa Base de Dados.

A Tabela 5 revela o posicionamento dos partidos face às duas clivagens. A clivagem socioeconómica insere o seu foco em fatores económicos na saliência temática apresentada

nas suas campanhas – se for europeu, por exemplo temas predominantemente relacionados com a Zona Euro e os seus impactos, resultados e/ou consequências num Estado-Membro; se for nacional, por exemplo temas fundamentalmente relacionados com o estado da economia do país sem fazer referência ou com a mínima referência à UE. A clivagem cultural-identitária tem em conta aspetos relacionados com a cultura e identidade predominantes nas campanhas – as GAL implicam maior ênfase numa Europa mais multicultural e diversificada; e as TAN destacam atitudes predominantemente tradicionais/conservadoras como a restrição e/ou controlo da imigração, um apogeu à sociedade, valores e cultura nacional e a recusa do multiculturalismo. Uma Europa contestada desafia o modelo das eleições de segunda-ordem por fazer corresponder a influência europeia em cada tema da mensagem transmitida pelos partidos.

*Tabela 5 – Posicionamento dos partidos face a cada clivagem*

	<b>Posicionamento dos partidos</b>	
<b>Clivagem</b>	<b>Esquerda (pró-estado, protecionismo)</b>	<b>Direita (pró-mercado, liberalismo)</b>
Socioeconómica	Partidos defendem uma economia regulada pelo Estado e, geralmente, se opõem à tendência neoliberalista da União Europeia (por ex. mensagens que criticam a abertura do mercado a produtos importados de outros Estados-Membros).	Partidos apoiam uma economia neoliberal e de mercado ( <i>free-market</i> ) e, geralmente, são a favor das medidas económicas impostas pela UE (por ex. mensagens que mostram agrado às políticas de livre comércio da UE).
	<b>GAL – Liberal (pró-integração, multiculturalismo)</b>	<b>TAN – Não-liberal (anti-integração, nacionalismo)</b>

Cultural-identitária	Partidos são apoiantes de uma Europa mais diversificada culturalmente, etnicamente e linguisticamente (por ex. inserção e integração de imigrantes vindos de outros países europeus e não-europeus)	Partidos geralmente apoiam ideais mais conservadoras, tradicionalistas e nacionalistas, contestando uma Europa governada pelos Estados-Nação e com sociedades homogéneas (por ex. mensagens de partidos que refletem maior controlo de fronteiras e de imigração).
----------------------	---	--

Nota: análise baseada nos critérios do *codebook* para a nossa Base de Dados.

No que diz respeito às mensagens que descrevem o papel que a UE tem em cada temática, a Tabela 6 expõe a codificação por cada clivagem se o papel da UE apresenta como um risco ou como uma resolução de problemas/oportunidade. E para finalizar a variável de contestação, fazemos uma comparação entre Portugal e Espanha ao codificar a posição dos partidos face a cada clivagem e concluir se no caso português a contestação é mais visível do que no caso espanhol.

*Tabela 6 – Papel da UE em cada clivagem*

	<b>Papel da UE</b>	
<b>Clivagens</b>	<b>Risco</b>	<b>Oportunidade</b>
Socioeconómico	Mensagens que refletem a UE como sendo a principal causa dos problemas económicos do Estado-Membro / não esteja a ajudar no combate à crise económica (por ex. “o nosso país encontra-se sob uma situação económica devastadora porque a UE não é capaz de solucionar	Mensagens que consideram a UE como a solução para os problemas económicos (por ex. “não somos capazes de resolver sozinhos o estado em que a nossa economia se encontra. Precisamos que a UE consiga nos ajudar a combater esta crise”).

	os problemas da zona Euro”).	
Cultural-identitário	Mensagens que debruçam na incompatibilidade das políticas do seu Estado-Membro com as políticas adotadas pela UE nos campos de migração, cultura e sociedade (por ex. “as medidas adotadas sobre a inserção de imigrantes pela UE constituirão uma ameaça à nossa sociedade”).	Mensagens que explicitam a concordância entre o Estado-Membro com a UE em relação a medidas e políticas sociais e culturais que possam beneficiar o carácter multicultural e diversificado da Europa (por ex. “apoiamos uma UE cada vez mais multicultural e tolerante ao ajudarmos na inserção de novas sociedades”).

Nota: análise baseada nos critérios do codebook para a nossa Base de Dados

A hipótese H<sub>4</sub> terá em conta dados referentes ao tom das mensagens dos partidos acerca da avaliação que dão sobre o projeto de integração europeia e/ou ao próprio funcionamento das instituições europeias. Como mostra a Tabela 7, primeiramente analisamos a posição dos partidos face à UE através dos dados do Chapel Hill Expert Survey de 2010, 2014 e 2019 (Bakker et al., 2015, 2019; Polk et al., 2017). De seguida, analisamos as mensagens que continham avaliações tanto a favor (positivo), contra (negativo) e equilibrado (referindo aspetos tanto positivos como negativos) sobre o projeto de integração europeia e sobre o funcionamento da UE. Apesar de tentarmos comprovar a prevalência de uma mobilização estratégica partidária, as mensagens transmitidas nem sempre refletem o carácter positivo que a União Europeia e o seu funcionamento insere na vida política, económica e social dos Estados-Membros, especialmente durante o período da crise da zona Euro. E mesmo que analisemos o papel da UE nas clivagens referentes à contestação da UE, a avaliação do projeto europeu como um todo em vez de se focar em aspetos económicos e culturais prova por ser uma variável única e que nos permite aprofundar a posição que os partidos nacionais têm em relação à União Europeia.

Tabela 7 – Posição dos partidos e as suas avaliações da UE e do seu funcionamento

<b>Partidos (posição face à UE)</b>	<b>Tom das mensagens</b>		
	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	<b>Equilibrado</b>
Europeístas (pró-europeus)	Mensagens de campanha que avaliam um progresso positivo do projeto de integração e da viabilidade do funcionamento das instituições europeias durante e pós-crise da zona Euro (por ex. “Estamos satisfeitos com o rumo que o processo de integração europeia esteja a tomar. Sair da UE proverá por trazer consequências negativas para a nossa sociedade”.	Mensagens que refletem o descontentamento dos partidos face ao rumo que o projeto de integração europeia esteja a seguir e à falta de resposta e utilidade das instituições europeias perante a crise da zona Euro e pós-crise (por ex. “Desde que nos integramos no mercado comum, o Euro só nos tem trazido problemas”).	Mensagens que revelam aspetos tanto positivos como negativos perante o projeto de integração europeia e o funcionamento da UE (por ex. “Apesar da UE nos causar problemas económicos, sair do projeto de integração não é a solução.”).
Eurocéticos (anti-europeus)			

Nota: análise baseada nos critérios do *codebook* para a nossa Base de Dados.

Para esta dissertação, o posicionamento dos partidos políticos face à União Europeia – europeísta e eurocético –, em cada ano eleitoral analisado, conta com os dados do Chapel Hill Expert Survey (CHES) de 2010, 2014 e 2019 (Bakker et al., 2015, 2019; Polk et al.,



2017), na variável de “posição da UE”. É preciso advertir que esta investigação não pretende analisar se os partidos são mais europeístas ou mais eurocéticos. Os dados que classificam um partido de “europeísta” e de “eurocético” são dados retirados por um grupo de peritos que analisam posições partidárias em determinados assuntos sobre a União Europeia com o objetivo de “estimar o posicionamento dos partidos em questões de integração europeia, ideologia e políticas para os partidos nacionais em vários países europeus” (CHES, 2019). Esta dissertação utiliza os dados recolhidos no âmbito do projeto de pesquisa “Eleições europeias em mudança: o impacto dos programas de ajustamento na Zona Euro nas campanhas das eleições para o Parlamento Europeu”, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia I.P sob a concessão PTDC/IVC-CPO/3481/2014; e pelo Programa Operacional "Competitividade e Internacionalização" (COMPETE 2020) e Programa Operacional Regional de Lisboa (PO Lisboa), com a referência POCI-01-0145-FEDER-016887.

A codificação foi realizada através de dois *codebooks*: um *codebook* para os tempos de antena e posters/cartazes e outro para os comunicados de imprensa<sup>23</sup>. Os *codebooks* utilizados são adaptados da literatura existente (Adam et al., 2009; Maier et al., 2014). A codificação dos materiais de campanha dos partidos espanhóis foi precedida pela realização de testes de fiabilidade, com a codificação de uma amostra de materiais de campanha eleitoral, assegurando a comparabilidade com uma codificação ideal pré-estabelecida. Os resultados dos testes de fiabilidade foram elevados ( $\alpha = 0.959$ ), permitindo assegurar a fiabilidade da codificação do material de campanha dos partidos espanhóis.

A análise e interpretação das campanhas eleitorais para as eleições europeias nos períodos de 2009 e 2014 em Portugal e Espanha já está exposta na literatura (ver Cordero and Montero 2015; Freire and Santana-Pereira 2015; Jalali and Silva 2011; Resende and Sanches 2009; Schmitt and Teperoglou 2015; Teperoglou 2010; Torcal and Font 2012). No entanto, somente uma pequena parte da literatura debruça-se na análise de materiais de campanha (ver Adam and Maier 2011; Holtz-Bacha, Novelli, and Rafter 2017). Assim, esta investigação pretende incluir uma análise das mensagens transmitidas nas campanhas eleitorais não só para as eleições europeias de 2009 e 2014, como também para as eleições europeias de 2019.

---

<sup>23</sup> O processo de codificação das nossas variáveis está apresentado no Apêndice 2.

A análise de conteúdo quantitativo dos materiais de campanhas é um método efetivo de interpretação das mensagens divulgadas pelos partidos para as eleições. Estes instrumentos de campanha utilizados pelos partidos – cartazes, tempos de antena e comunicados de imprensa – são os “epitomas” da divulgação da mensagem que as campanhas pretendem transmitir à sociedade, pois estes instrumentos fazem com que “os partidos chegam diretamente aos cidadãos sem precisar passar pelo filtro dos *mass media*” (Adam & Maier, 2011, p. 438). Em concordância com os autores Holtz-Bacha, Novelli, e Rafter (2017, p. 7), estes instrumentos de publicidade política podem “revelar as estratégias eleitorais dos partidos e candidatos políticos e como eles tentam obter o apoio dos eleitores”. Assim, para demonstrar a variação da saliência temática das campanhas eleitorais para as eleições europeias, consideramos este método como viável e fiável.



## **Capítulo 5 – Eleições de segunda-ordem? Uma década em análise**

Esta dissertação pretende analisar a saliência temática europeia nos materiais de campanha partidários durante as campanhas para as eleições europeias. Pretende-se analisar a última década de campanhas eleitorais (2009-2019), para compreender as potenciais variações na saliência atribuída à UE, considerando as variações em termos do tema, contestação e tom. Seleccionamos as campanhas eleitorais realizadas em Portugal e Espanha como objetos de análise.

Este capítulo visa analisar estes objetivos e testar as hipóteses anteriormente delineadas. O capítulo está estruturado em 4 secções. A primeira secção visa analisar os temas com maior saliência e as suas justificações durante as campanhas eleitorais em 2009, 2014 e 2019. Esta dissertação pretende testar se temas ligados à economia foram mais preponderantes durante o período de crise (2009-2014) do que pós-crise (2019). A segunda secção pretende testar os níveis de visibilidade da UE através da articulação de assuntos europeus. Isto quer dizer que foi empregue uma análise de saliência nacional ou europeia em três indicadores: atores, temas e símbolos. Adicionalmente, pretende-se testar se a presença de articulação da UE se deu em maior escala nos partidos eurocéticos do que nos partidos europeístas. De seguida, efetuou-se uma análise comparativa dos níveis de articulação entre Portugal e Espanha com o objetivo de testar se no caso português, havendo um maior número de eurocéticos, a visibilidade da UE foi maior do que no caso espanhol. A terceira secção, ligada à contestação da UE, pretende-se analisar a presença de clivagens socioeconómicas e culturais-identitárias nas mensagens de campanha e quais os seus níveis de visibilidade da UE. Como se pretende testar o desafio do consenso pró-europeu, empregou-se uma análise das avaliações dos partidos sobre qual o papel que a UE desempenha em cada clivagem – risco ou oportunidade – e qual o posicionamento dos partidos face ao mercado comum – esquerda (pró-estado) ou direita (pró-mercado) – e ao processo de integração europeia – liberal (GAL – pró-integração) ou não-liberal (TAN – anti-integração). Por fim, a quarta secção irá expor a análise feita dos tons avaliativos das mensagens sobre o projeto de integração europeia e sobre o funcionamento das instituições europeias. O objetivo desta secção centra-se em testar se num clima pós-crise da zona Euro, devido aos impactos negativos que se fez viver nos Estados-Membros da UE durante o período de crise, os

partidos (quer europeístas quer eurocéticos) avaliam a UE negativamente nas campanhas eleitorais de 2019.

### **5.1 – Saliência de temas económicos nas campanhas eleitorais**

A nossa primeira hipótese ( $H_1$ ) debruça-se sobre a incidência de temas europeus mais relacionados com a economia no período decorrente da crise do que pós-crise. A crise da zona Euro gerou um impacto profundo nas economias dos Estados-Membros, gerando um potencial efeito politizador, com os partidos nacionais, a atribuírem maior foco aos temas ligados à UE (Adam & Maier, 2016; Hutter & Kriesi, 2019), nomeadamente ao estado da economia dos países europeus (como as políticas de austeridade adotadas na maioria dos países da Europa do Sul) que foram amplamente transmitidos nas campanhas partidárias após a entrada da crise do Euro (Novelli et al., 2017). Com efeito, pretendemos testar se num período decorrente da crise (2009 e 2014) os temas ligados à economia presentes nos materiais de campanha são mais destacados do que num período pós-crise (2019) marcado por um alívio das tensões derivadas da crise.

As nossas variáveis de análise são a existência de temas económicos nas mensagens de campanha e qual a justificação de todos os temas codificados (quer económicos ou não) que apresentam - económica, identitária (cultural, étnico, religioso, político), outro ou nenhuma. Os nossos resultados apontam para a saliência de temas relacionados com a economia na UE em 2009 em ambos os casos português e espanhol, combinando com a literatura sobre o foco predominante em temas económicos ligados à UE por consequência da crise económica (Teperoglou, 2010). No entanto, verificamos uma descida de foco na temática económica para dar lugar a campanhas focadas nas estratégias de mobilização do eleitorado, ou seja, campanhas marcadas pela organização de eventos, geração de fundos e aparições públicas nos media. Como podemos ver na Tabela 8, temos em conta que a saliência temática nas campanhas ao longo dos anos eleitorais de 2014 e 2019 nem sempre correspondiam a temas ligados à economia. Por exemplo, em 2014, os temas com maior saliência nas campanhas tanto em Portugal como em Espanha estavam ligadas à apresentação dos candidatos para as eleições europeias e as suas estratégias de fazer campanha como *advertising* eleitoral, formação de eventos, financiamento, marketing político, etc.; e em 2019, em Portugal permaneceu a mesma temática mencionada. Em Espanha, no mesmo ano, o tema com maior saliência, “Outros tópicos de direitos dos

cidadãos”, revela que o foco das campanhas partidárias se deu nas questões ligadas aos direitos dos cidadãos nacionais, regionais (como na Catalunha e no País Basco) e europeu, seguindo o mesmo caminho que Cordero e Montero (2015) sugeriram na predominância de campanhas marcadas por preocupações relacionadas com a Catalunha. No entanto, na maioria das campanhas, mensagens refletiam somente na “defensa dos direitos dos cidadãos” sem que haja uma clara incidência em quais direitos e qual a dimensão dos cidadãos (europeus ou nacionais). Somente no PSOE, *Podemos* e JuntxsCat que definem diretamente quais direitos que estão a defender – no PSOE e *Podemos* sobre os direitos das mulheres e o JuntxsCat sobre os direitos dos cidadãos da Catalunha.

De seguida pretendemos testar qual a motivação principal por detrás da mensagem (justificação) ao efetuar uma análise de justificação das temáticas mencionadas. Semelhante aos resultados de saliência temática, a justificação económica tem diminuído a sua proporção desde o início do período da crise (2009). Analisando a Tabela 8, em 2009 a justificação temática destaca-se em maior parte na dimensão económica em ambos os casos. Em 2014, notamos uma baixa de saliência de justificações económicas em cada caso e uma divergência de predominância de tais justificações, na qual em dois temas dos mais debatidos em Espanha não estão inseridas ou não identificamos qualquer justificação e só uma com maior percentagem na justificação económica; em Portugal, cada tema saliente nas campanhas teve uma percentagem maior em diferentes justificações. Para 2019, a saliência percentual dos temas económicos mais debatidos desceu novamente, até quase inexistente no caso espanhol. A justificação económica novamente predomina no caso português nos temas salientes, e em Espanha somente no tema de “eleições europeias: electioneering, fazendo campanha” obteve uma percentagem de justificação económica, no entanto sendo ultrapassada por “outra” justificação. O tema mais saliente em Espanha em 2019 posicionou-se numa ala mais identitária que económica, comprovando a importância de foco dos direitos das minorias nas campanhas.

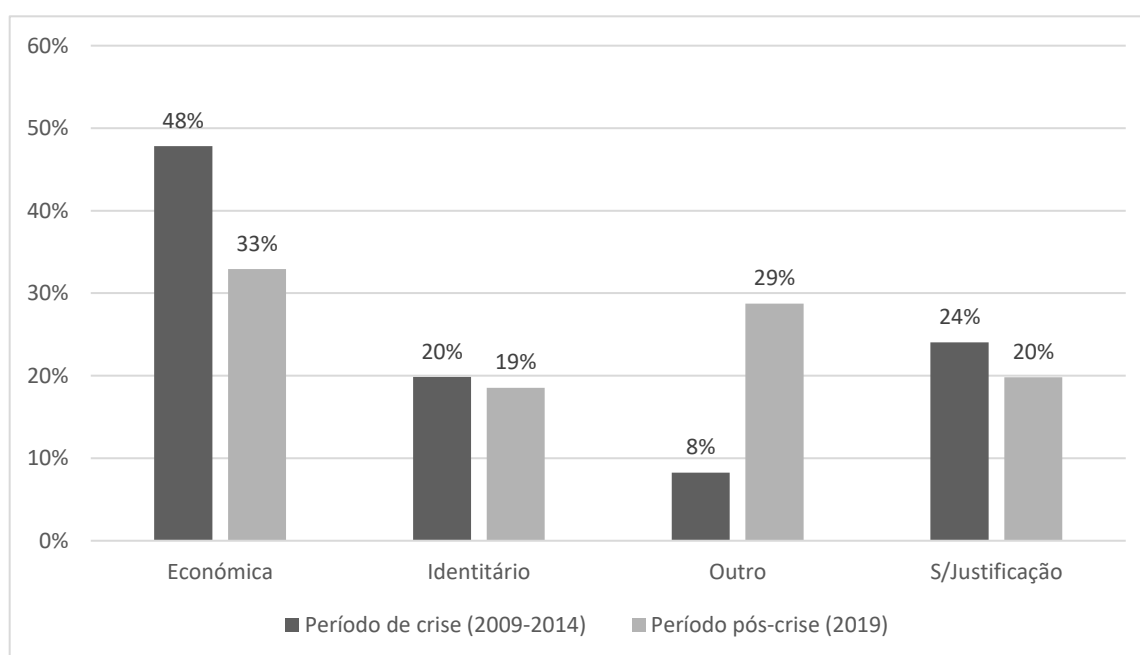
Tabela 8 – Saliência temática e a sua justificação principal

País	Ano	Tema principal	Saliência	Justificação			
				Económica	Identidade	Outro	S/ Justificação
Portugal	2009	<b>Política de emprego da UE</b>	23,31%	<b>100%</b>	0%	0%	0%
		Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global	12,27%	<b>85%</b>	10%	5%	0%
		Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha	18,40%	40%	0%	<b>60%</b>	0%
	2014	Política de emprego da UE	4,53%	37,50%	<b>56,25%</b>	0%	6,25%
		Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global	1,42%	<b>80%</b>	0%	0%	20%
		<b>Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha</b>	18,13%	0%	26,56%	4,69%	<b>68,75%</b>
	2019	Política de emprego da UE	1,30%	<b>66,67%</b>	33,33%	0%	0%
		Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global	0,86%	<b>100%</b>	0%	0%	0%
		<b>Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha</b>	45,22%	21,15%	9,62%	<b>44,23%</b>	25%
Espanha	2009	Política de emprego da UE	11,59%	<b>78,95%</b>	0%	5,26%	15,79%
		<b>Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global</b>	24,85%	<b>85,37%</b>	4,88%	2,44%	7,32%
		Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha	14,63%	<b>41,67%</b>	8,33%	8,33%	<b>41,67%</b>
	2014	Política de emprego da UE	2,75%	33,33%	0%	0%	<b>66,67%</b>
		Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global	1,83%	<b>100%</b>	0%	0%	0%
		<b>Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha</b>	20,18%	18,18%	9,09%	13,64%	<b>59,09%</b>
	2019*	Política de emprego da UE	0%	0%	0%	0%	0%
		Efeitos da crise financeira na economia doméstica/EU/Global	0%	0%	0%	0%	0%
		Eleições Europeias: electioneering, fazendo campanha	3,61%	33,33%	0%	<b>66,67%</b>	0%
		<b>Outros tópicos de direitos dos cidadãos</b>	16,87%	0%	<b>50%</b>	28,57%	21,43%

Nota: Na secção “tema principal”, a negrito encontram-se os temas mais salientes nos materiais de campanha em Portugal e Espanha. Na secção da “justificação”, a negrito encontram-se as percentagens de maior saliência. \*Tema com maior saliência em Espanha incidiu-se na categoria “Outros tópicos de direitos dos cidadãos”.

Numa avaliação global, o Gráfico 5 demonstra como a justificação económica por detrás dos temas focados nas campanhas permaneceu em maior percentagem durante o período de crise (2009 e 2014) do que pós-crise (2019) o que comprova que as motivações que levavam aos atores a transmitirem a sua mensagem inseriam-se em discussões relacionadas com o estado da economia no seu país e na UE nos anos em que decorria a crise da zona Euro.

**Gráfico 5 - Justificação dos temas (% total)**



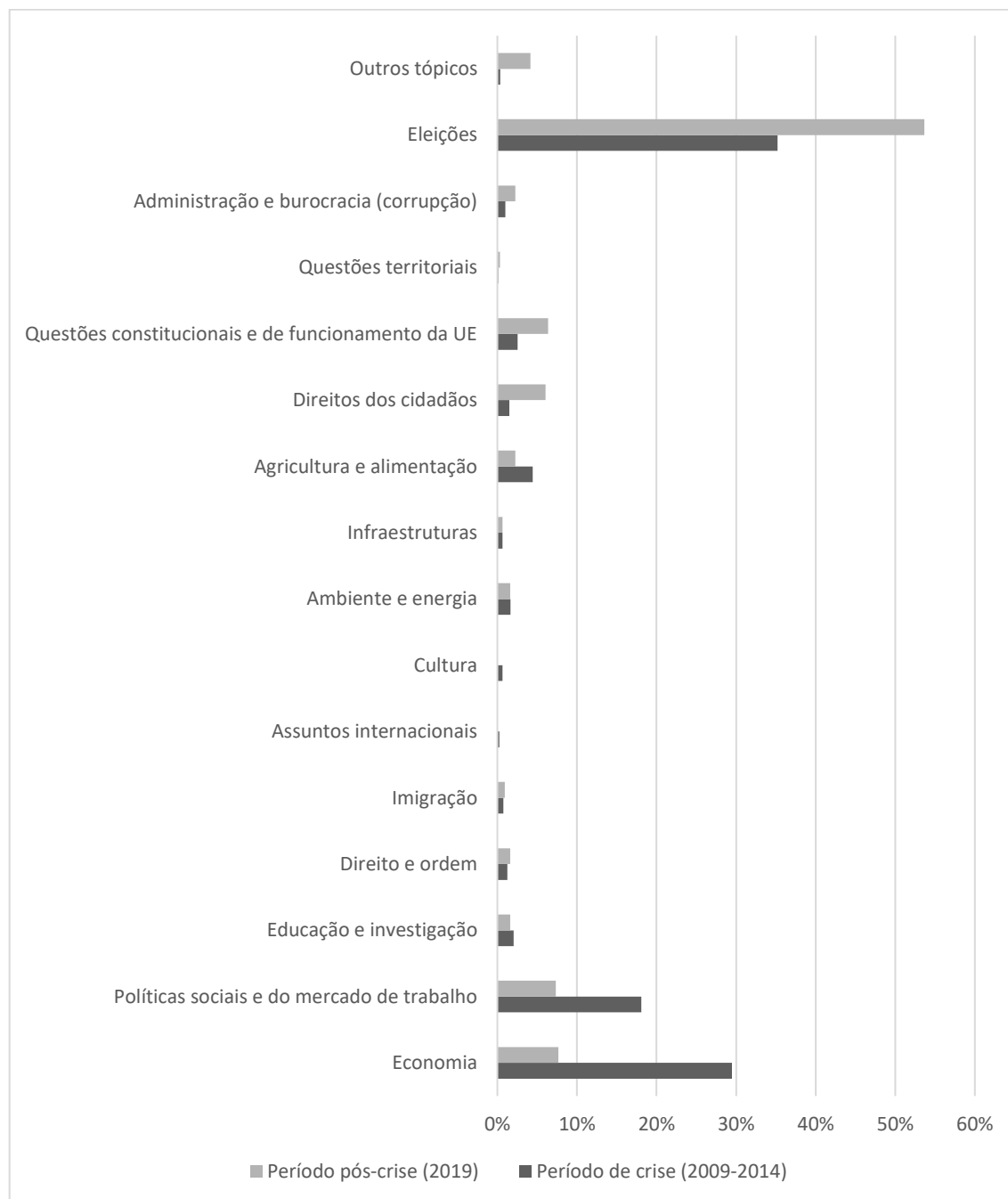
Para sabermos qual a saliência temática apresentada nas campanhas eleitorais, efetuamos uma comparação dos tópicos debatidos nas campanhas em dois períodos: crise (2009-2014) e pós-crise (2019). O Gráfico 6 demonstra que o tópico sobre as “Eleições” (principalmente sobre eleições europeias) foi o mais salientemente debatido em ambos períodos. Isto pode sugerir que o maior foco das campanhas eleitorais debateu-se em temas relacionados, por exemplo, com os perfis dos candidatos, estratégias de fazer campanha (como a organização de eventos políticos), opinião pública, razões para votar nas eleições europeias e listas de posições partidárias<sup>24</sup>. Temas inseridos no tópico sobre a “Economia” foram debatidos em larga escala durante o período de crise do que pós-crise, o que mais

<sup>24</sup> Para uma visão dos temas debatidos em concreto no tópico de “Eleições”, ver o Apêndice 4.



comprova que existe a tendência para uma redução de saliência de temas económicos nos anos que se sucederam à crise da zona Euro.

**Gráfico 6 – Tópicos debatidos nas campanhas para as Eleições para o Parlamento Europeu (% por ano)**



Nota: dados agregados de Portugal e Espanha.

O Gráfico 7 novamente apresenta-nos os tópicos abordados em cada campanha eleitoral para o PE no período de crise (2009-2014) e pós-crise (2019), mas numa perspetiva

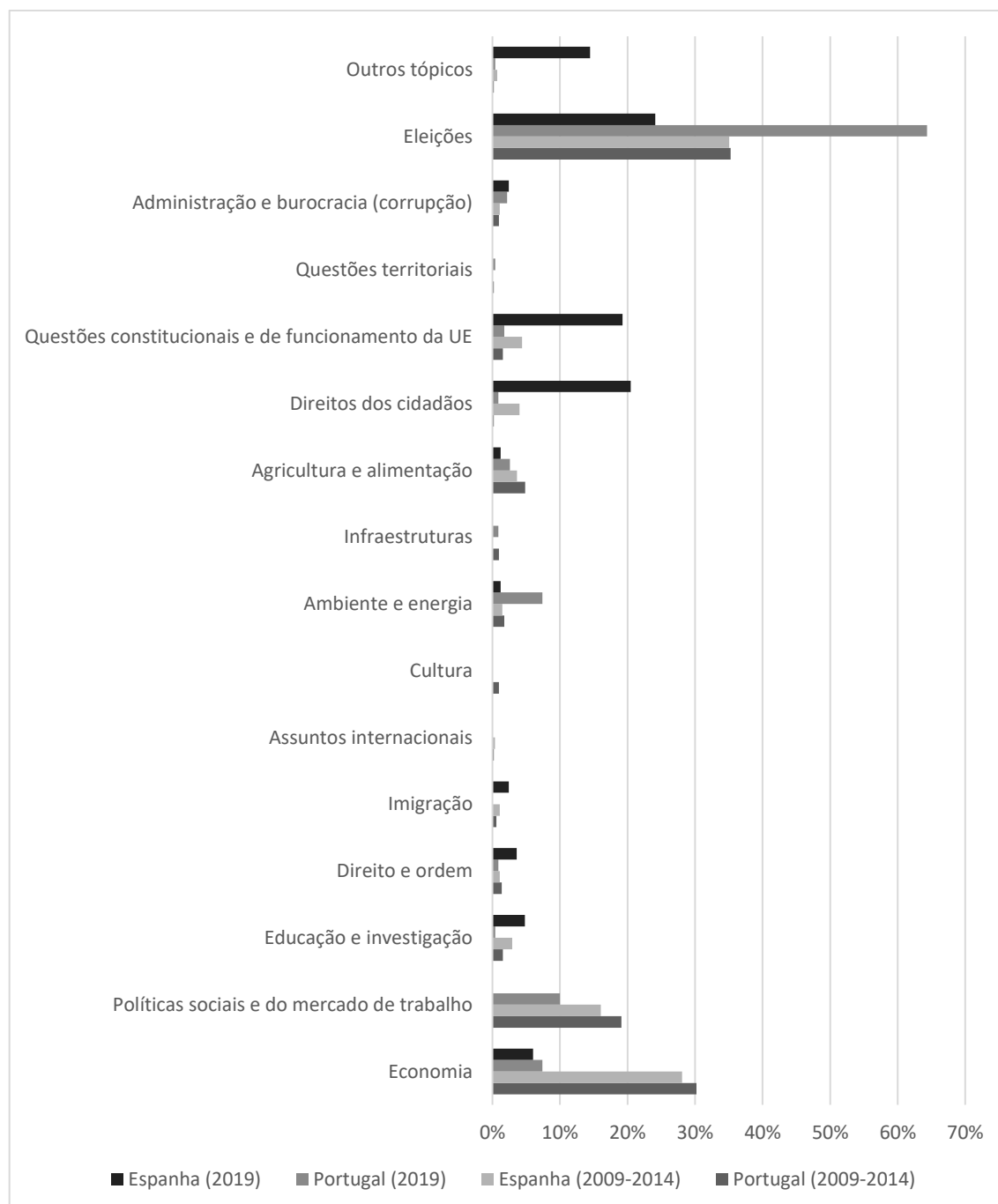
comparada em Portugal e Espanha. Como vemos, em congruência com a análise feita anteriormente, o Gráfico sugere que temas incidentes nas “Eleições” foram os mais salientes nas campanhas durante ambos períodos de crise em Portugal e em Espanha. No entanto, podemos encontrar diferenças a nível de saliência temática em ambos os casos nos dois períodos. Excluindo o tópico predominante (“Eleições”), em Portugal, as campanhas eleitorais foram marcadas por temas focados na economia e no mercado de trabalho durante o período de crise. No período pós-crise, o Gráfico sugere temas relacionados com “políticas sociais e de mercado” e com o “Ambiente e energia” foram mais destacados. Ou seja, possivelmente, a preocupação dos partidos, em 2019, se inseriam em temas sobre o emprego/desemprego do país e sobre políticas e preocupações relacionadas com o clima e o meio ambiente<sup>25</sup>. Os partidos que mais protagonizaram a saliência de temas sobre estes dois tópicos foram os mais posicionados à esquerda, nomeadamente o BE e o CDU (Edoardo & Johansson, 2019, p. 212). Em Espanha, a situação no período de crise é semelhante com o caso português: campanhas marcadas por preocupações sobre o estado económico do país e sobre o mercado de trabalho. No período pós-crise, os tópicos mais salientes, “Direitos dos cidadãos” e “Questões constitucionais e sobre o funcionamento da UE”, sugerem que as campanhas foram marcadas por temas sobre os direitos dos cidadãos espanhóis na UE e sobre questões de divisão de poder entre cidadãos e instituições<sup>26</sup>. Neste último exemplo, as campanhas para o PE em Espanha destacavam temas sobre direitos dos povos regionais (visto que Espanha é um Estado com comunidades que dotam de poder legislativo) na União Europeia, principalmente na Catalunha com os partidos/coligações CDC e JuntsxCat e no País Basco com o PNV e o *EH Bildu*. A saliência de temas sobre a defesa dos direitos dos cidadãos regionais é uma característica que se destaca nas campanhas eleitorais espanholas (Cordero & Montero, 2015).

---

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

**Gráfico 7 – Tópicos debatidos nas campanhas para as Eleições para o Parlamento Europeu (% por ano e país)**



Portanto, a saliência temática por ano eleitoral diverge em cada país por cada período analisado. Apesar do tópico principal em ambos períodos de crise (2009-2014) e pós-crise (2019) tende a focar-se nas eleições europeias *per se*, esta análise vai em concordância que a economia era um assunto principal discutido nos temas das campanhas eleitorais para o PE no período de crise da zona Euro em Portugal e em Espanha (Cordero & Montero, 2015;

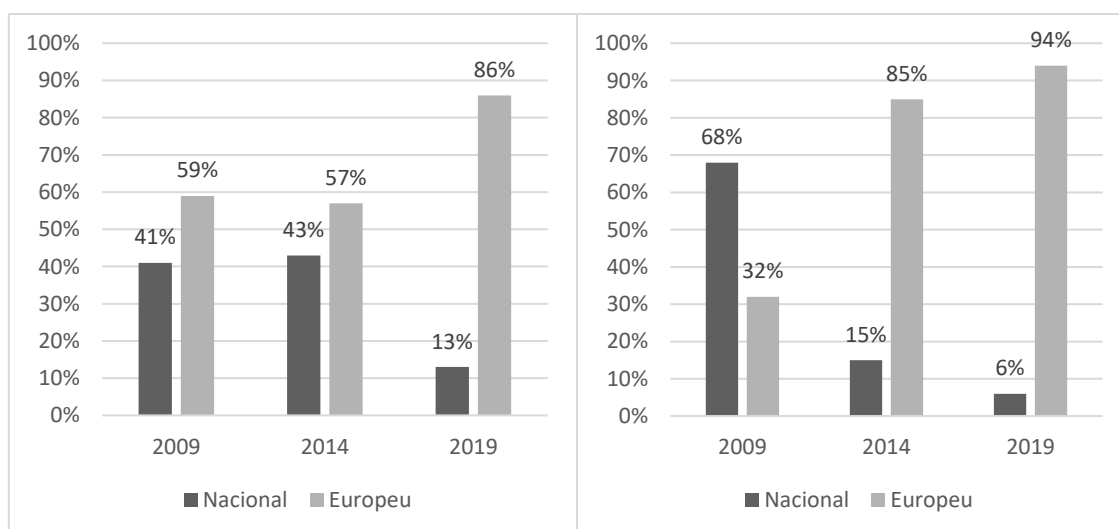
Freire & Santana-Pereira, 2015; Teperoglou, 2010). Se analisarmos o período de crise por cada ano em concreto, sugere-se que a tendência das mensagens durante o período inicial da crise (2009) foi marcada por discussões acerca dos efeitos da crise financeira na economia doméstica e europeia. Em 2014, todavia num ano de crise económica, as campanhas incidiram-se nas discussões e impactos que o Euro teve sobre a economia nacional como resultado da crise em Portugal e em Espanha. No período pós-crise (2019), as mensagens no caso português tendem a ter maior foco sobre o estado de emprego/desemprego no país e sobre questões ligadas ao meio ambiente. Em Espanha, as mensagens de campanha em 2019 sobre assuntos económicos resumiam-se, na sua maioria, sobre a tomada de decisão e implementação dos fundos estruturais da UE para o desenvolvimento das comunidades autónomas espanholas. No entanto, a economia em Espanha foi muito pouco debatida em 2019, dando lugar a temas sobre direitos dos cidadãos e divisão de poderes entre o sistema político (europeu e nacional) e os cidadãos espanhóis (nomeadamente das regiões). Em relação às justificações, notamos uma descida percentual da posição dos atores ser no lado económico das mensagens, sendo no período pós-crise a menor percentagem de justificação económica. De facto, mensagens referentes a temas económicos e a posição dos atores localizados na dimensão económica das mensagens transmitidas vieram a ter menos foco e menos abrangência nas campanhas em Portugal e Espanha. Assim, uma análise global permitiu testar a saliência de temas económicos durante os períodos de crise e pós-crise, pelo que os dados sugerem uma descida de foco na economia e uma subida de foco em outros temas, nomeadamente sobre o emprego, meio ambiente e direitos dos cidadãos. Em suma, confirmamos a nossa hipótese  $H_1$ : os anos decorrentes da crise (2009-2014) foram destacados mais temas de âmbito económico do que no período pós-crise (2019).

## **5.2 – Articulação da UE**

Para haver uma mobilização do eleitorado face às eleições europeias, esta requer uma articulação de temas europeus postas em agenda pelos partidos nacionais como forma de captar a atenção do eleitorado para assuntos relacionados com a Europa (Steenbergen & Scott, 2004). A politização da UE é justificada pelo foco da mensagem que os partidos e os seus atores transmitem: um foco mais europeu sugere maior articulação da UE, que aumenta a possibilidade de uma maior mobilização estratégica partidária; por outro lado, um foco mais nacional sugere o domínio do modelo de segunda-ordem (Adam & Maier, 2011).

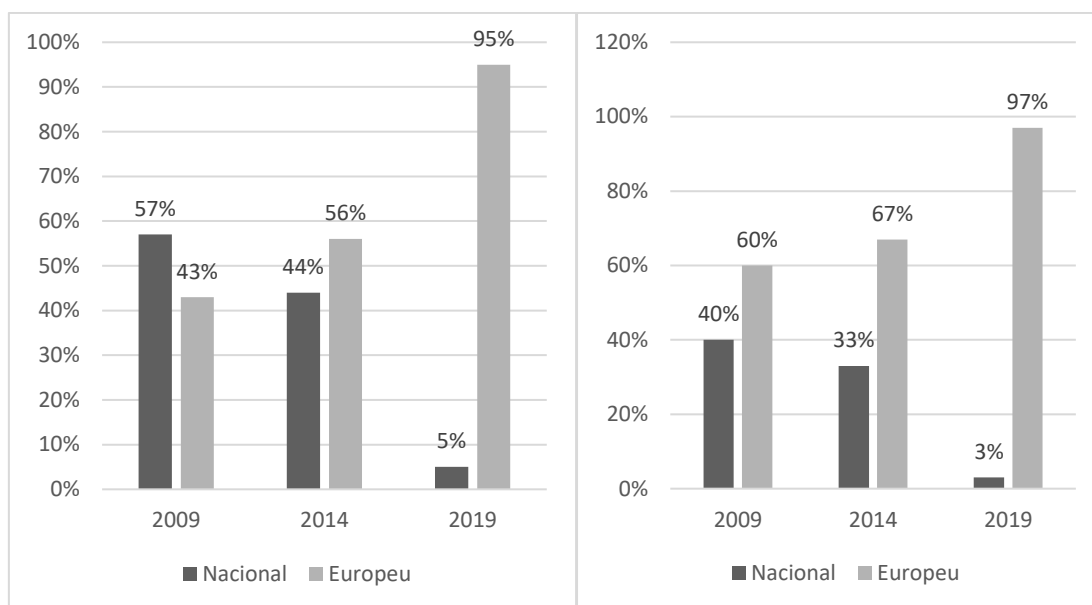
Para confirmarmos a existência de articulação pública da UE e até que ponto o posicionamento relativamente à UE (europeísta ou eurocético) explica a saliência da UE, postuladas na H<sub>2</sub>, analisamos a visibilidade dos materiais de campanha, através da codificação do foco (*scope*) dos atores principais, do tema e dos símbolos usados. Os Gráficos 8 e 10 sugerem que, para o caso português, o foco saliente dos atores principais é europeu nos três anos eleitorais (2009, 2014 e 2019), com margens de percentagem elevadas comparadas com o carácter nacional. A visibilidade dos temas transmitidos ao longo dos anos eleitorais (Gráficos 9 e 11) foi predominantemente de carácter europeu, com a notável exceção de 2009, em que, apesar da maior saliência de atores europeus sobre atores nacionais, a visibilidade dos temas foi mais de carácter nacional. No caso espanhol, o ano de 2009 foi marcado pela predominância de atores de nível nacional ao serem os principais transmissores da mensagem. Contudo, e tal como no caso português, 2014 e 2019 tiveram as suas campanhas maioritariamente marcadas por atores de nível mais europeu que nacional, sendo as campanhas para 2019 as que revelaram a sua maior percentagem. A dimensão dos temas permaneceu sempre com saliência europeia, com um gradual aumento de percentagem ao longo dos anos eleitorais. De facto, a visibilidade europeia é a mais revelada tanto nos atores principais como nas mensagens que transmitem. As únicas diferenças sendo a predominância da dimensão nacional das mensagens em Portugal e dos atores em Espanha no ano de 2009.

**Gráfico 8 (esquerda) - Articulação da UE: Foco dos atores (Portugal). Gráfico 9 (direita) – Foco nos temas principais (Portugal)**



Nota: dados baseados na existência de atores e temas

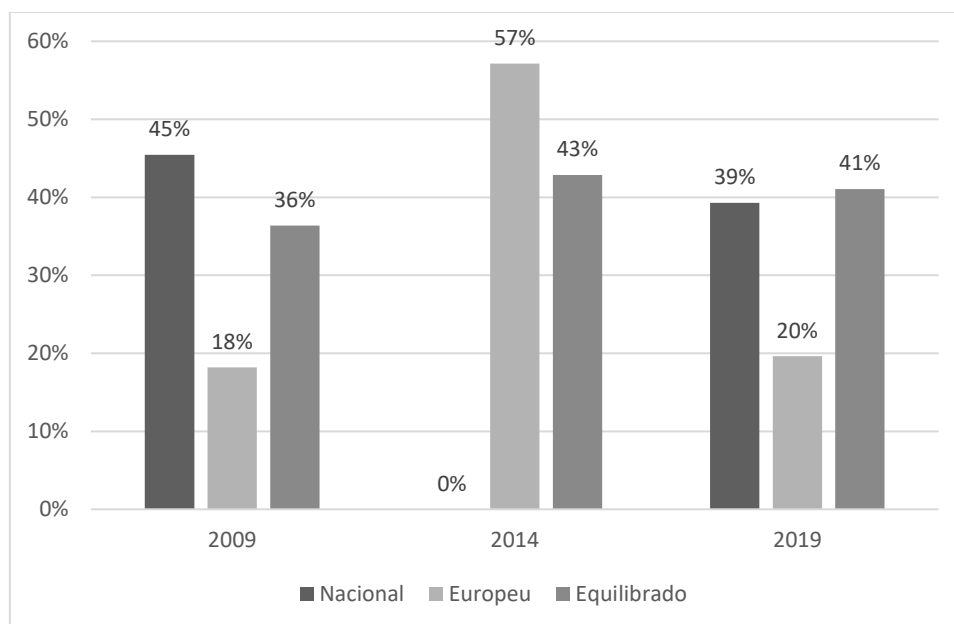
**Gráfico 10 (esquerda) - Articulação da UE: Foco dos atores (Espanha). Gráfico 11 (direita) – Foco nos temas principais (Espanha)**



Nota: dados baseados na existência de atores e temas

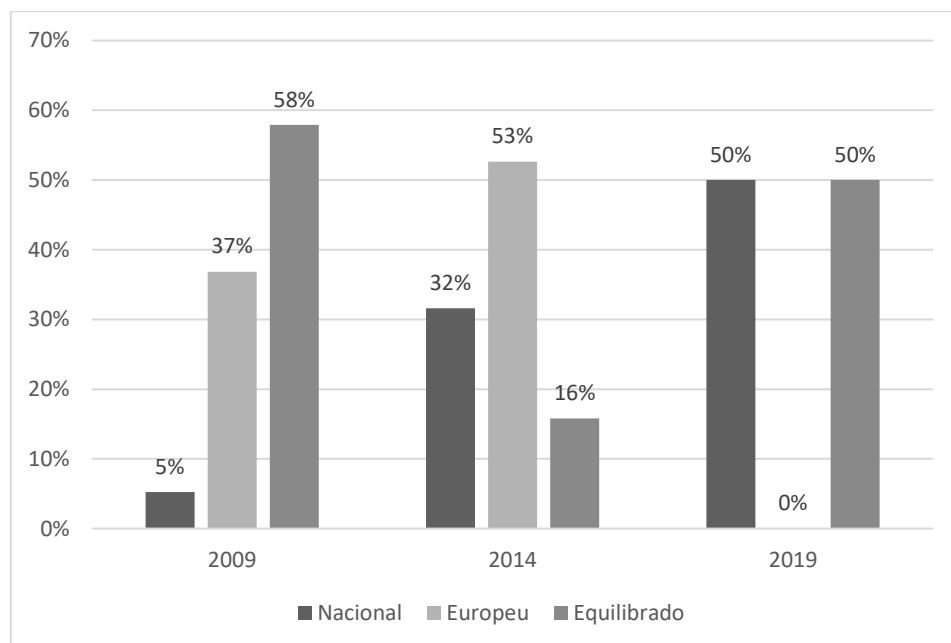
Para concluir a existência de articulação da UE, analisamos a presença de símbolos nas mensagens transmitidas pelos tempos de antena e cartazes. Visualizando os Gráficos 12 e 13, notamos a prevalência de símbolos nacionais sobre os europeus em 2009 no caso português, com uma viragem para símbolos europeus em 2014 e mistos (tanto nacionais como europeus) em 2019. No caso espanhol, 2009 destacou-se por um equilíbrio de símbolos nacionais e europeus, enquanto que em 2014, tal como em Portugal, a presença de símbolos europeus nas campanhas predomina. Em 2019, em Espanha reconhece-se um misto de mensagens que divulgam símbolos nacionais e europeus, mas nenhum puramente europeus. Analisando a variação dos três anos, conseguimos sugerir que existe maior articulação da UE com a presença de símbolos europeus para Portugal e Espanha, mas que, ao contrário do foco nos atores e temas, existe um equilíbrio entre símbolos de foco nacional e europeu, não havendo uma diferença substancial entre ambos.

**Gráfico 12 - Foco dos símbolos usados nos materiais de campanha em Portugal**



Nota: dados baseados na existência de símbolos

**Gráfico 13 - Foco dos símbolos usados nos materiais de campanha em Espanha**

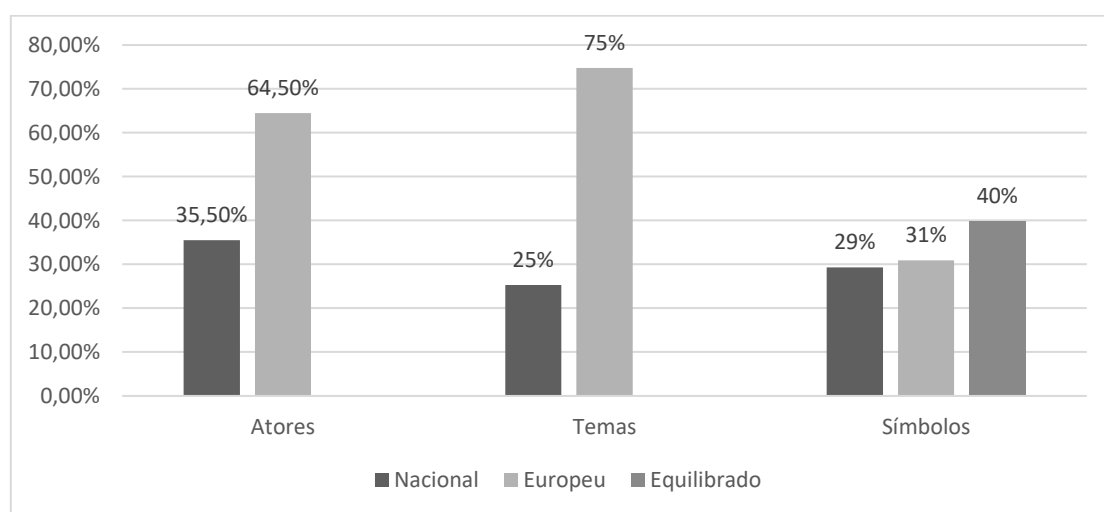


Nota: dados baseados na existência de símbolos

Ao empregar uma análise individual (por país e por ano eleitoral), os resultados guiam-nos para a perceção de que no início do período da crise (2009) a dimensão europeia dos atores e dos temas era contrastada com a dimensão nacional, ou seja, confirmando o modelo das eleições de segunda-ordem. Em 2014, no período pós-programas de ajustamento, a mobilização estratégica partidária é destacada com especial incidência nos temas, ou seja, a saliência europeia foi mais visível na posição da temática das mensagens, desafiando o carácter de “segunda-ordem” destas eleições em Portugal e Espanha. O ano de 2019 foi um novo passo para o surgimento desta mobilização: crescimento de mais atores europeus a transmitirem mensagens de dimensão mais europeia e uma elevada diminuição de atores e temas de foco nacional. Para os símbolos, a presença de símbolos europeus foi decrescendo ao longo dos anos eleitorais, até ao ponto de não existir unicamente símbolos europeus nas campanhas espanholas em 2019.

Numa análise global, ao visualizar o Gráfico 14, confirmamos a existência de articulação pública da UE nos indicadores todos juntos. A margem de percentagem dos três anos eleitorais analisados estabelece que a visibilidade dos atores e dos temas aproximam-se de uma visibilidade mais europeia que nacional. A única exceção que notamos são os símbolos, pois estes localizam-se numa dimensão mais de equilíbrio de foco entre nacional e europeu do que somente num foco específico. Desta forma, podemos concluir que o modelo de eleições de segunda-ordem é contestado pela mobilização estratégica partidária visível numa maior articulação da UE nas campanhas partidárias para as eleições europeias nos países ibéricos.

**Gráfico 14 - Percentagem de visibilidade da UE nos materiais de campanha para as eleições europeias (% total de todos os indicadores – atores, temas e símbolos)**



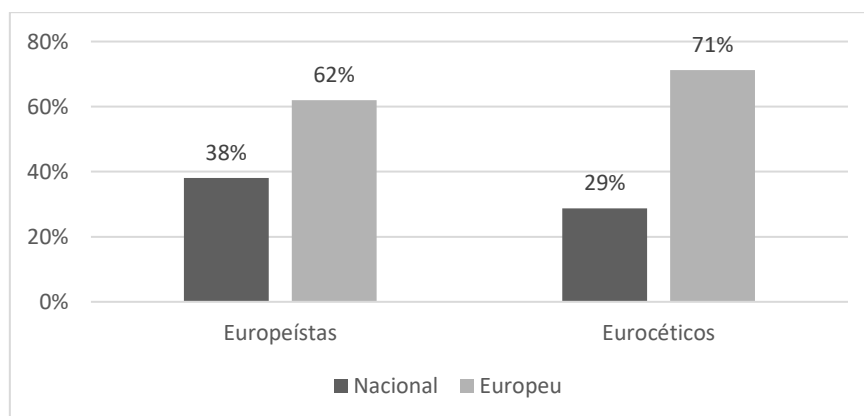
Nota: dados baseados na existência de atores, temas e símbolos



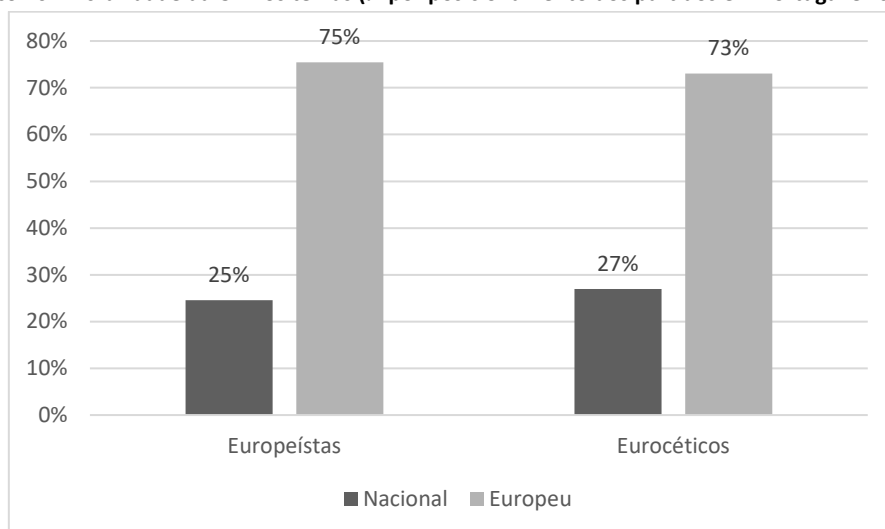
Seguimos para determinar a predominância de articulação da UE nos partidos eurocéticos ( $H_{2A}$ ). Os partidos localizados nos eixos extremos do espectro esquerda-direita tendem a inserir a Europa nas suas agendas em maior escala do que partidos localizados nos eixos moderados (Kriesi et al., 2006; Van der Eijk & Franklin, 2004). Em paralelo, os partidos moderados tendem a discutir a UE como uma estratégia de mobilizar o eleitorado (Adam & Maier, 2011; Hutter & Kriesi, 2019). Interessa, assim, compreender a diferente saliência da UE entre partidos eurocéticos e partidos europeístas. Relativamente ao posicionamento dos partidos, utilizamos os dados constados no Chapel Hill Expert Survey de 2010, 2014 e de 2019, sendo a codificação da variável de posicionamento baseada numa espécie de variável “tricotómica”: europeísta (pró-europeu), eurocético (anti-europeu) e neutro. Devemos ter em conta a dificuldade em estabelecer uma correlação longitudinal entre os partidos eurocéticos em Portugal e Espanha, porque neste último caso o único partido eurocético no PE, o *Vox*, só obteve assentos em 2019.

Analizando a proeminência de partidos eurocéticos na dimensão europeia das mensagens, os Gráficos 15, 16 e 17 demonstram a percentagem de visibilidade da UE em cada variável de análise (atores, temas e símbolos) considerando o posicionamento dos partidos face à UE. Os dados sugerem que tanto nos atores como nos temas o foco europeu é predominante em relação ao nacional, independentemente do posicionamento face à UE. A presença de símbolos difere em ambas posições partidárias: os partidos europeístas tendem a um maior equilíbrio de presença de símbolos nacionais e europeus, enquanto que os eurocéticos tendem a utilizar símbolos mais nacionais que europeus. Confirma-se, assim, a literatura que sugere a crescente participação dos partidos pró-europeus, o que origina uma mobilização estratégica (Adam & Maier, 2011; Hutter & Kriesi, 2019).

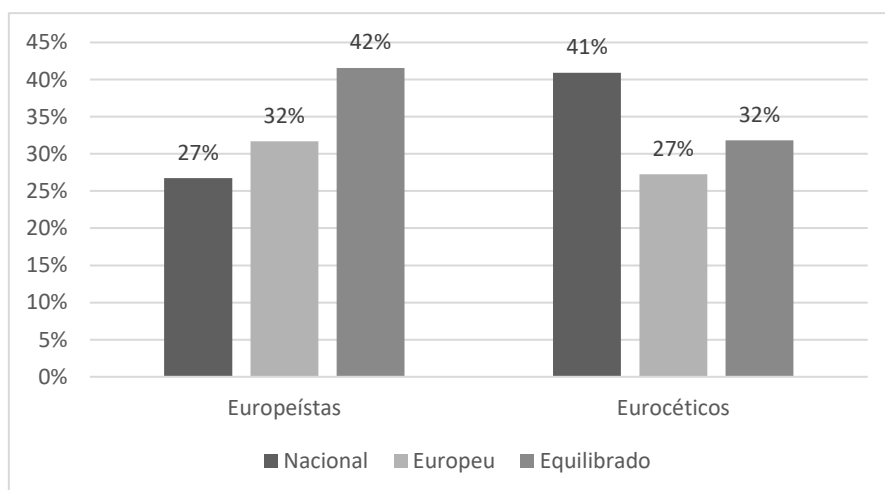
**Gráfico 15 - Visibilidade da UE nos atores (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha)**



**Gráfico 16 - Visibilidade da UE nos temas (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha)**

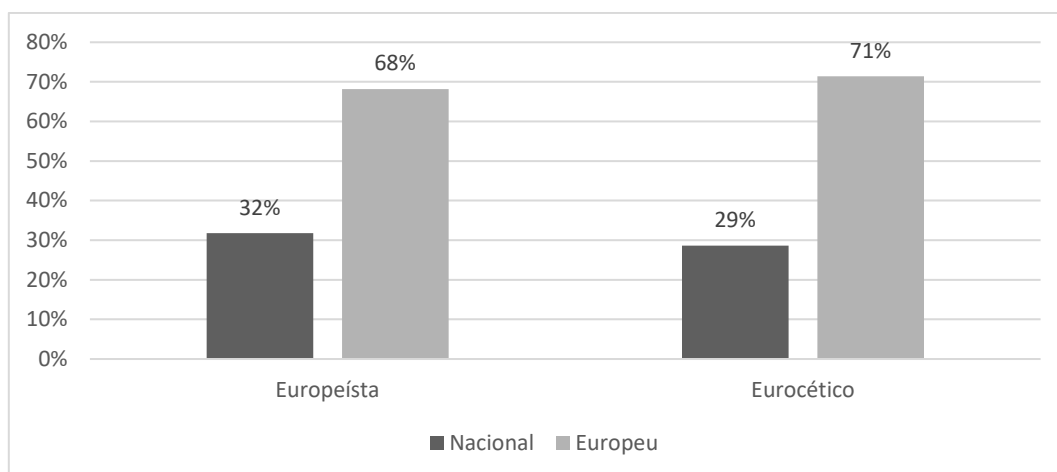


**Gráfico 17 - Visibilidade da UE nos símbolos (% por posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha)**



O Gráfico 18 sugere que são os partidos eurocéticos que mais articulam a UE nas suas campanhas. No entanto, numa análise global e mais generalizada, a diferença de variação percentual é mínima em ambas posições partidárias, que ambos articulam temas europeus nas suas campanhas. Portanto, não se confirma a predominância de articulação da UE pelos partidos eurocéticos (H<sub>2A</sub>).

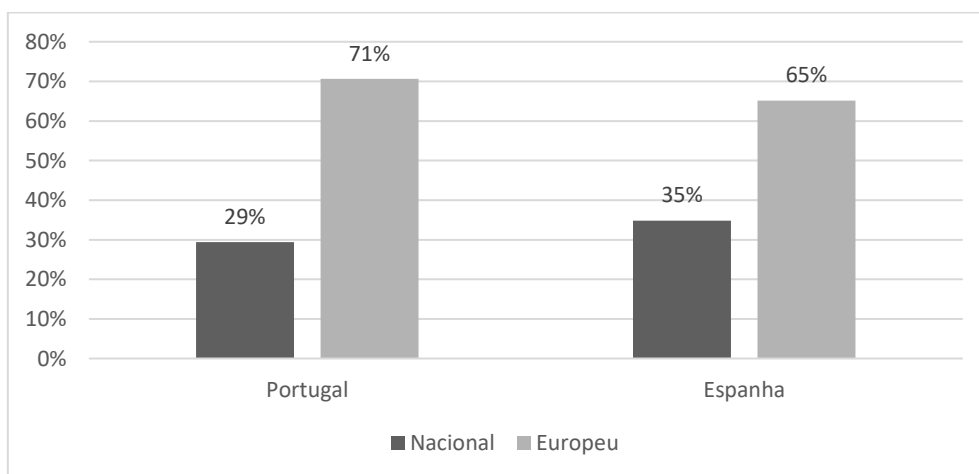
**Gráfico 18 - Percentagem total de visibilidade da UE nos materiais de campanha (% por posicionamento dos partidos)**



Nota: não se inclui as posições neutras (equilibradas) na visibilidade.

Finalmente, o Gráfico 19 demonstra a percentagem total de articulação nos dois países para corresponder à nossa hipótese de haver maior articulação da UE em Portugal, dada a existência de mais partidos eurocéticos ( $H_{2B}$ ). Os dados expostos permitem-nos considerar que em Portugal existe maior articulação da UE do que em Espanha, apesar da margem de diferença do foco europeu em ambos os casos não ser alta - um diferencial de 6%. Isto remete-nos para o que Adam e Maier (2011) sugeriram que países com um bom número de partidos eurocéticos tendem a articular a UE mais do que países com um consenso pró-europeu. Portanto, confirmamos a nossa hipótese que em Portugal se articula mais temas em relação à UE do que em Espanha, mas tendo em consideração que a diferença de variação não é substancial.

**Gráfico 19 - Visibilidade da UE por país (% total)**



Nota: não se inclui as posições neutras (equilibradas) na visibilidade.

Assim, o modelo das eleições de segunda-ordem parece ser desafiado pela existência de um crescimento de articulação da UE e que, em ambos países em análise, os partidos com posicionamento eurocético e europeísta articulam, nas suas campanhas, mensagens que favorecem assuntos de dimensão europeia. Existe, também, um predomínio dos atores de carácter europeu e o uso de símbolos que, na sua maioria, enfatizam características tanto nacionais como europeias, mas com uma viragem crescente da dimensão europeia. Os resultados sugerem uma maior articulação da UE, potencialmente apresentando-se com um desafio do modelo de eleições de segunda-ordem.

### **5.3 – Contestação da UE**

O grau de politização da UE na esfera doméstica não se espalha apenas na articulação de atores, temas e símbolos europeus. A literatura sugere que nas campanhas nacionais para o PE deverá existir uma contestação de temas e assuntos relacionados com a UE pelos partidos nacionais, marcada por uma polarização de “opiniões, interesses e valores” referentes ao projeto europeu (Adam & Maier, 2011, p. 432; de Wilde, 2007; Hooghe & Marks, 2009; Steenbergen & Scott, 2004). Isto quer dizer que a Europa (ou UE) não deve ser somente referida nas campanhas, como também debatida e desafiada (Adam & Maier, 2011). Com efeito, temáticas que levam à competição partidária sobre a UE inserem-se em duas clivagens (ibid. 2011, p. 435): socioeconómica (temas referentes à economia nacional e europeia como a União Económica e Monetária) e cultural-identitária (como temas referentes à integração de novos Estados-Membros e do reforço de sociedades multiculturais na UE). No geral, a contestação leva ao desafio de uma Europa integrada ou demarcada (Adam et al., 2009).

Para demonstrar a existência de contestação pública da UE (H<sub>3A</sub>), começamos por analisar as clivagens presentes em cada mensagem e a sua dimensão nacional ou europeia. A Tabela 9 permite destacar um maior número de materiais de campanhas com clivagens socioeconómicas em ambos os casos, com a exceção de Espanha em 2019 a socioeconómica ser ultrapassada por uma saliência cultural-identitária. Durante o período de crise da zona Euro (2009-2014), notamos uma prevalência em Portugal da dimensão nacional sobre a europeia em ambas clivagens, o que pode ser resultado de a crise económica afetar severamente as economias nacionais e o modo de vida social dos portugueses, daí as mensagens transmitidas constarem um foco maioritariamente ligado a soluções para a economia e sociedade nacional. Em Espanha, a situação consta de uma

diferença notável: em 2009, houve um equilíbrio de mensagens nacionais e europeias em ambas clivagens, com uma ligeira incidência para a dimensão europeia; e em 2014, voltamos a visualizar um equilíbrio, mas incidente para a dimensão nacional. O período de crise em Espanha difere do caso português pelo facto de as mensagens de campanha sob fatores económicos e culturais ter um misto de dimensão tanto nacional como europeu, o que quer dizer que os temas em debate não tiveram um foco predominante. Por exemplo, temas sobre a crise que afetou o estado da economia espanhola condisseram com os mesmos efeitos sob o estado da economia da UE. Avançando para o ano de 2019, a contestação da UE é destacável: tanto em Portugal como Espanha, ambas clivagens inseriam-se numa dimensão mais europeia que nacional, por margens bem superiores. Isto quer dizer que 2019 foi um ano destacado pela abrangência e discussão de assuntos económicos e culturais europeus nos países ibéricos.

*Tabela 9 - Clivagens presentes nas mensagens de campanha e a sua Visibilidade entre Portugal e Espanha*

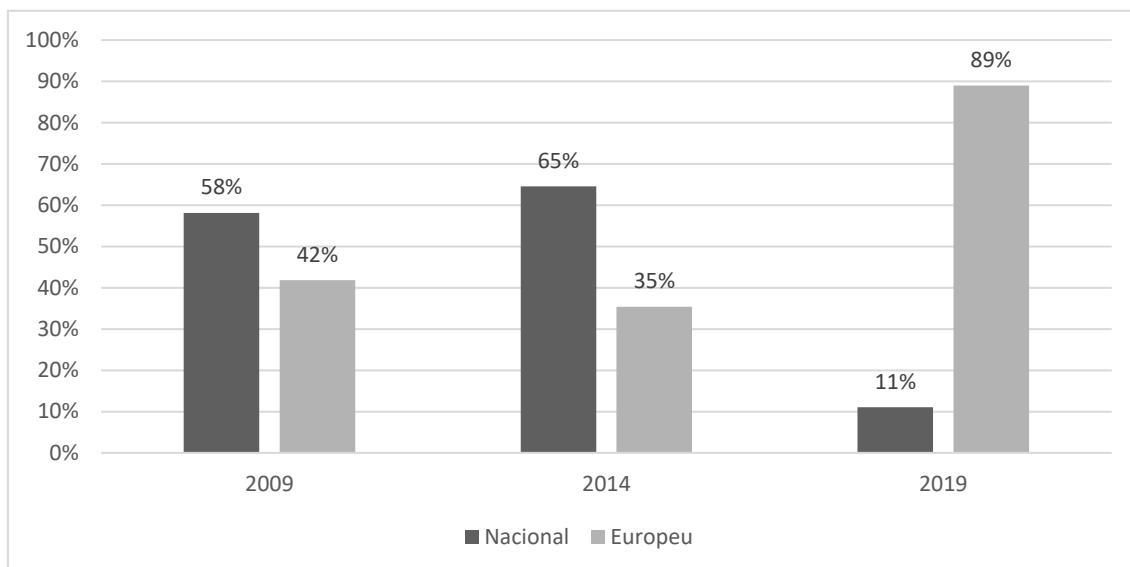
País	Ano	Clivagem socioeconómica		Clivagem cultural-identitária	
		Foco		Foco	
		Nacional	Europeu	Nacional	Europeu
Portugal	2009	64,81%	35,19%	54,17%	45,83%
	2014	100%	0%	100%	0%
	2019	11,71%	88,29%	1,96%	98,04%
Espanha	2009	48,68%	51,32%	29,63%	70,37%
	2014	52,78%	47,22%	53,85%	46,15%
	2019	0%	100%	6,25%	93,75%

Nota: número de mensagens da clivagem cultural-identitária resulta do total de mensagens de duas sub-clivagens culturais: cultural-comunidade e cultural-valores.

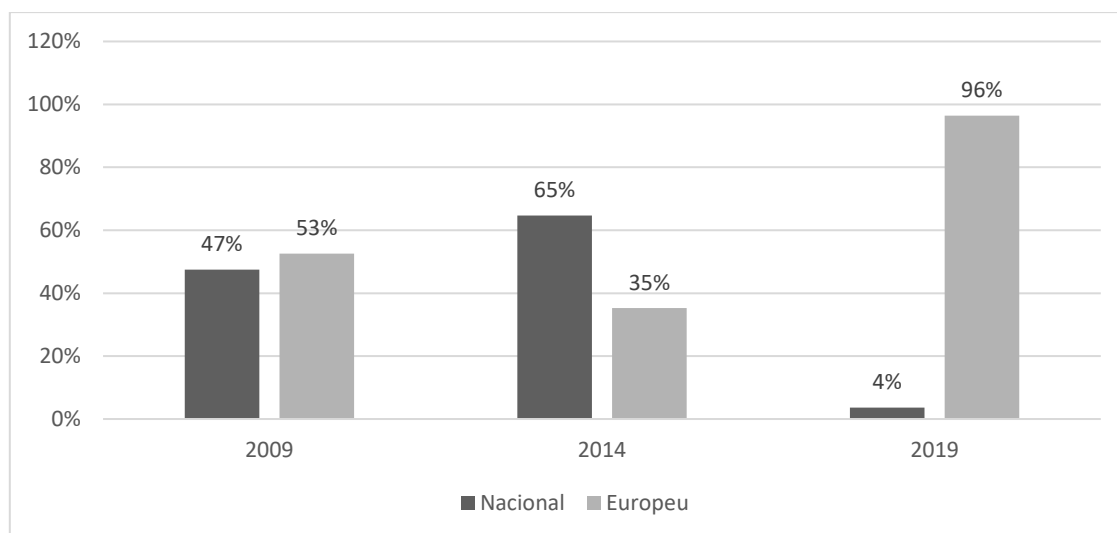
A análise global dos três anos eleitorais em ambas clivagens (Gráficos 20 e 21) sugere que a contestação da UE nas mensagens era pouco desenvolvida e ultrapassada por um foco mais nacional que europeu no período decorrente da crise (2009-2014), e que existe uma clara e ampla contestação da UE no período pós-crise (2019). Durante o período inicial da crise da zona Euro (2009), o foco europeu nas mensagens com clivagens socioeconómicas foi sobreposto por um foco mais nacional. As mensagens com clivagens cultural-identitárias tiveram um foco mais europeu, apesar da ligeira diferença percentual com o foco nacional. No período do decorrer dos programas de ajustamento/pedidos de resgate (2014), tanto nas clivagens socioeconómicas como nas clivagens cultural-identitárias o foco nacional foi predominante. Nas campanhas eleitorais de 2019, estas foram marcadas por mensagens com clivagens predominantes num foco mais europeu.

Portanto, podemos concluir que existe contestação da UE em termos de visibilidade da UE nas clivagens (H<sub>3A</sub>), mas esta é somente marcante num período pós-crise (2019) do que no decorrer da crise (2009-2014). Assim, confirma-se parcialmente a hipótese (H<sub>3A</sub>).

**Gráfico 20 - Visibilidade da UE na clivagem socioeconómica (% total em Portugal e Espanha)**



**Gráfico 21 - Visibilidade da UE na clivagem cultural-identitária (% total em Portugal e Espanha)**



Número de mensagens da clivagem cultural-identitária resulta do total de mensagens de duas sub-clivagens culturais: cultural-comunidade e cultural-valores.

Não obstante, não podemos ter contestação sem o designado “desafio do consenso pró-europeu” (Adam & Maier, 2011). Com isto, analisamos dentro de cada clivagem a avaliação da UE levada a cabo pelos partidos dentro das suas mensagens: se a UE é

avaliada como um risco ou como uma oportunidade. Devido à crise da zona Euro, esperamos que as avaliações referentes ao papel da UE em cada clivagem seja de cariz mais negativo devido aos impactos e efeitos que geraram ambas as crises tanto economicamente como culturalmente (Hutter & Kriesi, 2019).

Para saber qual a fonte de contestação por avaliação da UE, analisamos a avaliação dada pelos partidos nacionais face ao papel que a UE desempenha em cada clivagem – socioeconómica e cultural-identitária. Como podemos ver na Tabela 10, por um lado nos anos decorrentes da crise da zona Euro (2009-2014) a UE era vista como solução dentro das mensagens com clivagens socioeconómicas. Por outro lado, os efeitos posteriores da crise geraram respostas mais negativas face ao papel da UE na economia durante as campanhas para as eleições europeias de 2019. Na clivagem cultural-identitária, no geral, a UE foi sempre vista como oportunidade para solucionar problemas sociais e culturais. Os resultados demonstram que mesmo em 2019 a UE é avaliada mais positivamente, apesar do crescimento percentual de risco comparado com 2009 e 2014. Portanto, confirmamos parcialmente a nossa hipótese H<sub>3B</sub>, pois, por um lado, comprovamos o posicionamento mais de risco da clivagem socioeconómica no período pós-crise da zona Euro (2019), devido às consequências da crise da zona Euro; mas, por outro lado, não podemos comprovar a nossa hipótese na clivagem cultural-identitária pois o papel da UE é visto mais positivamente nos três anos eleitorais analisados.

*Tabela 10 – Avaliação do papel da UE em cada clivagem (% por ano)*

	<b>Clivagem socioeconómica</b>		<b>Clivagem cultural-identitária*</b>	
	<b>Papel da UE</b>		<b>Papel da UE</b>	
<b>Ano</b>	Risco	Solução de problemas	Risco	Solução de problemas
2009	9,59%	90,41%	25%	75%
2014	12,82%	87,18%	6,67%	93,33%
2019	81,01%	18,99%	37,50%	62,50%

Nota: número de mensagens da clivagem cultural-identitária resulta do total de mensagens de duas sub-clivagens culturais: cultural-comunidade e cultural-valores.

Adicionalmente, pretendemos testar se em debates sobre o mercado e o projeto de integração as campanhas são interpretadas salientemente por partidos anti-mercado (esquerda – pró-estado) e anti-integração (TAN – não-liberal) (H<sub>3C</sub>). Seguindo o caminho de maior contestação da UE por parte dos eurocéticos, uma parte da literatura sugere que partidos localizados nos espectros mais extremos da ideologia esquerda-direita são os que

mais contestam a UE nas suas campanhas (Kriesi et al., 2006; Van der Eijk & Franklin, 2004). Isto quer dizer que partidos que desafiam o consenso pró-europeu são os que mais criticam o modelo neoliberal da UE (como os de esquerda – pró-estado) e que geralmente apoiam uma maior demarcação do que integração europeia (como os não-liberais - nacionalistas) (Adam & Maier, 2011; Adam et al., 2009). Com efeito, analisamos qual o posicionamento saliente dos partidos nas clivagens socioeconómica e cultural em cada ano eleitoral.

Como demonstra a Tabela 11, os dados referentes à clivagem socioeconómica vão em concordância com a nossa expectativa: existe uma predominância de partidos que partilham ideologias protecionistas e de maior controlo da economia por parte dos Estados-Membros no período de início da crise (2009) e pós-crise (2019). Só em 2014, num período de resgates e de adoção de políticas de austeridade, a tendência partidária inseriu-se numa ala mais neoliberal e pró-mercado da UE. Dentro das mensagens com clivagens culturais, no período decorrente da crise (2009-2014) houve uma tendência para ideologias mais nacionalistas e contra a integração da UE na transmissão das mensagens. Em 2019, notamos um desvio de saliência de posicionamento ideológico para uma ala mais liberal, de apoio ao multiculturalismo e da inserção de sociedades multiculturais. Isto vai em contra a nossa expectativa de que 2019 seria um ano marcado pela saliência de partidos com perspectivas de anti-integração e nacionalistas. Assim, podemos confirmar a nossa hipótese H<sub>3C</sub> nas mensagens com clivagens socioeconómicas, pois a tendência é para um posicionamento anti-mercado da UE como consequência da crise da zona Euro. No entanto, não confirmamos a nossa hipótese para a clivagem cultural devido no ano pós-crise da zona Euro ter existido uma saliência de partidos de ideologia mais pró-integração e multicultural.



Tabela 11 – Posicionamento dos partidos nacionais face a cada clivagem

Socioeconómico				Cultural - comunidade		
Ano	Esquerda: pró-estado	Direita: pró-mercado	Ambivalente/Não definido	Liberal: sociedades multiculturais	Não-liberal: nacionalismo	Ambivalente/Não definido
2009	51,94%	30,10%	17,96%	30,49%	59,76%	9,76%
2014	32%	68%	0%	31,25%	62,50%	6,25%
2019	94,21%	3,31%	2,48%	61,19%	25,37%	13,43%

Nota: para analisar o posicionamento de pró/anti integração, dentro da clivagem cultural optamos por analisar a sub-clivagem “cultural – comunidade”.

Considerando uma avaliação individual de contestação da UE, a literatura sugere que os Estados-Membros com partidos eurocéticos são os que contestam mais a UE (Adam & Maier, 2011; Kriesi et al., 2006). Neste âmbito, apesar da tendência pró-europeia, o sistema partidário de Portugal apresenta mais partidos eurocéticos do que Espanha. Portugal tem, desde 2004, a presença de dois partidos eurocéticos (BE e CDU) no PE. No caso de Espanha, somente em 2019 o seu primeiro partido eurocético obteve assentos no PE (o *Vox*) (Bakker et al., 2015, 2019; Polk et al., 2017). Assim, iremos empregar uma avaliação do papel da UE e o posicionamento dos partidos em Portugal e Espanha por cada clivagem.

Os dados da Tabela 12 permite-nos indicar que a clivagem socioeconómica deu resultados positivos a favor da UE como solução para os problemas económicos no período da crise da zona Euro e do pós-*bailout* (2009-2014) em ambos os casos. Entretanto, o período pós-crise (2019) foi marcado por avaliações a incidir a UE como um risco em Portugal, o que pode justificar os efeitos e consequências da crise que impactou a economia nacional e a sociedade, apontando a UE como a principal causa do problema. O mesmo resultado podemos verificar na clivagem cultural: 2009 e 2014 foram anos de avaliação positiva da UE, mas no caso português, 2019 provou por inserir a UE mais como um risco que oportunidade. Em Espanha, a avaliação da UE tem sido, no geral, positiva em todos os anos (2009, 2014 e 2019). A possível explicação para a diferença de avaliações tem em conta o sistema partidário de cada país: Portugal teve dois partidos eurocéticos (BE e CDU) a contestar a UE durante os três anos em questão.

*Tabela 12 – Papel da UE em cada clivagem (% por país e ano)*

País	Ano	Clivagem socioeconómica		Clivagem cultural-identitária	
		Papel da UE		Papel da UE	
		Risco	Solução de problemas	Risco	Solução de problemas
Portugal	2009	13,64%	86,36%	42,86%	57,42%
	2014	25%	75%	33,33%	66,67%
	2019	83,12%	16,88%	51,85%	48,15%
Espanha	2009	7,84%	92,16%	5,26%	94,74%
	2014	7,41%	92,59%	0%	100%
	2019	0%	100%	7,69%	92,31%

Nota: número de mensagens da clivagem cultural-identitária resulta do total de mensagens de duas sub-clivagens culturais: cultural-comunidade e cultural-valores

Analisando o posicionamento dos partidos nacionais face às clivagens em cada caso (português e espanhol), a Tabela 13 revela a prevalência do posicionamento dos partidos face ao mercado comum e à integração europeia. Verificamos que em Portugal, nos três anos de eleições europeias (2009, 2014 e 2019), os partidos localizados à esquerda e críticos do mercado são muito comuns. No caso português, os eurocéticos (BE e CDU) localizam-se à esquerda<sup>27</sup>, o que pode justificar a percentagem de mensagens contra o mercado comum da UE, mas por uma maior integração cultural europeia. Por outro lado, em Espanha somente em 2009 se destacou a maior percentagem de mensagens transmitidas por partidos localizado num espectro pró-estado da clivagem socioeconómica. Contudo, os partidos moderados da direita (como o PP, C's e a UPyD)<sup>28</sup> dominaram as campanhas de 2014 e 2019 ao transmitirem mensagens de apoio à economia de mercado na UE. Relativamente ao posicionamento cultural-identitário, as eleições de 2009 e 2014 foram marcadas por mensagens de partidos que transmitiam maiores referências à soberania e referências nacionais em Portugal (partidos TAN). Em Espanha, 2009 foi protagonizado em maior percentagem por partidos que favoreciam uma maior integração europeia e apoio ao multiculturalismo (partidos GAL), mas em 2014, em congruência com o caso português, o espectro anti-integração das TAN prevaleceu. No entanto, 2019 foi um ano marcante em ambos casos, pois partidos do espectro GAL revelaram maior percentagem nas mensagens de campanha. Assim como propusemos na nossa análise das avaliações da UE, o sistema partidário surge novamente para explicar o sucedido. Em Portugal, um partido dominante na arena nacional e europeia é de centro-

<sup>27</sup> Dados do Chapel Hill Expert Survey 2019

<sup>28</sup> Ibid.

esquerda (o PS) e é pró-europeu. Em Espanha, os partidos de esquerda como o *Podemos* e a IU estão inseridos na categoria de pró-europeus, levando a certas discrepâncias nas percentagens no caso espanhol. O único partido eurocético espanhol, o *Vox*, que localiza-se no espectro da extrema-direita (Bravo 2020), não teve um número de considerável de mensagens que ajudasse na diferença percentual.

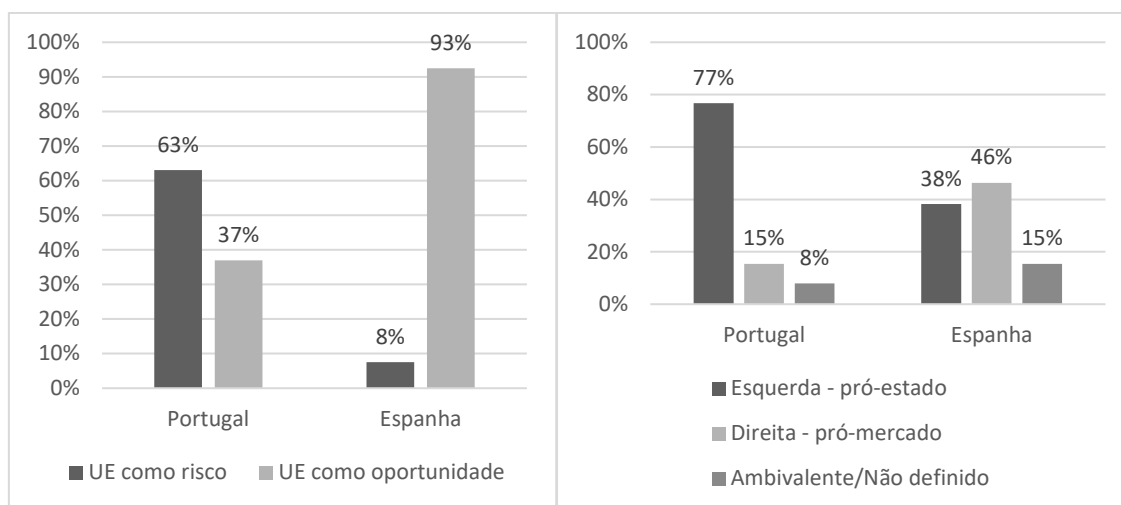
*Tabela 13 - Posições dos partidos nacionais em cada clivagem (% por país e por ano)*

País	Ano	Socioeconómico			Cultural – comunidade*		
		Esquerda: pró-estado	Direita: pró-mercado	Ambivalente/Não definido	Liberal: sociedades multiculturais	Não-liberal: nacionalismo	Ambivalente/Não definido
Portugal	2009	56,14%	27,19%	16,67%	22,03%	64,41%	11,56%
	2014	61,54%	38,46%	0%	25%	75%	0%
	2019	99,12%	0,88%	0%	65,12%	32,56%	0%
Espanha	2009	46,74%	33,70%	19,57%	52,17%	47,83%	0%
	2014	21,62%	78,38%	0%	33,33%	58,33%	8,33%
	2019	14,29%	42,86%	42,86%	52%	12%	36%

Nota: para analisar o posicionamento de pró/anti integração, dentro da clivagem cultural optamos por analisar a sub-clivagem “cultural – comunidade”.

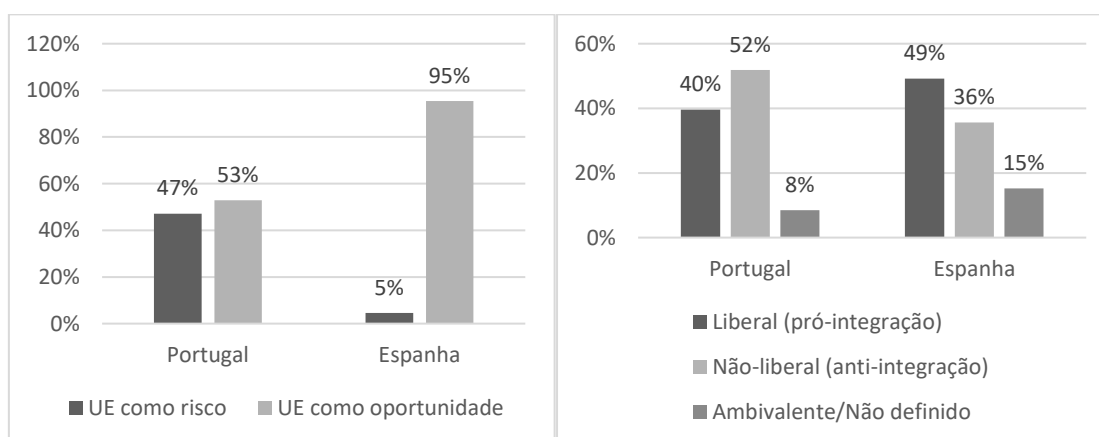
Os Gráficos 22 e 23 permitem destacar uma análise global de ambos países quanto às suas avaliações face ao papel da UE e a saliência de posicionamento dos partidos nacionais em relação às clivagens socioeconómica. Dentro da clivagem socioeconómica, os Gráficos tendem a confirmar a hipótese delineada: por um lado, em Portugal, a UE é avaliada sendo mais como um risco do que solução/oportunidade e predominam mensagens cujas posições ideológicas se inserem a favor de uma maior intervenção do Estado na economia e contra a natureza neoliberal da UE; por outro lado, no caso da Espanha, esta é caracterizada por uma saliência de partidos que avaliam a UE como sendo a solução para os problemas económicos e pelo apoio na economia de mercado da UE.

**Gráfico 22 (esquerda) - Avaliação do papel da UE na clivagem socioeconómica (% total por país). Gráfico 23 (direita) - Posicionamento dos partidos face à clivagem socioeconómica (% total por país)**



Em relação à clivagem cultural, os Gráficos 24 e 25 demonstram uma posição favorável face à UE em ambos os casos. Em Espanha, existe a predominância de avaliações positivas, enquanto que em Portugal as percentagens de ambas avaliações (risco e oportunidade) se aproximam. No entanto, o posicionamento dos partidos face à clivagem cultural difere em ambos países ibéricos e, com efeito, confirma a hipótese definida: em Portugal existe destaque da UE pelos partidos posicionados no TAN, enquanto que em Espanha a tendência da posição partidária insere-se num posicionamento das GAL.

**Gráfico 24 - Avaliação do papel da UE na clivagem cultural-identitária (% total por país). Gráfico 25 - Posicionamento dos partidos face à clivagem cultural - comunidade (% total por país)**



Nota: para analisar o posicionamento de pró/anti integração, dentro da clivagem cultural optamos por analisar a sub-clivagem “cultural – comunidade”.

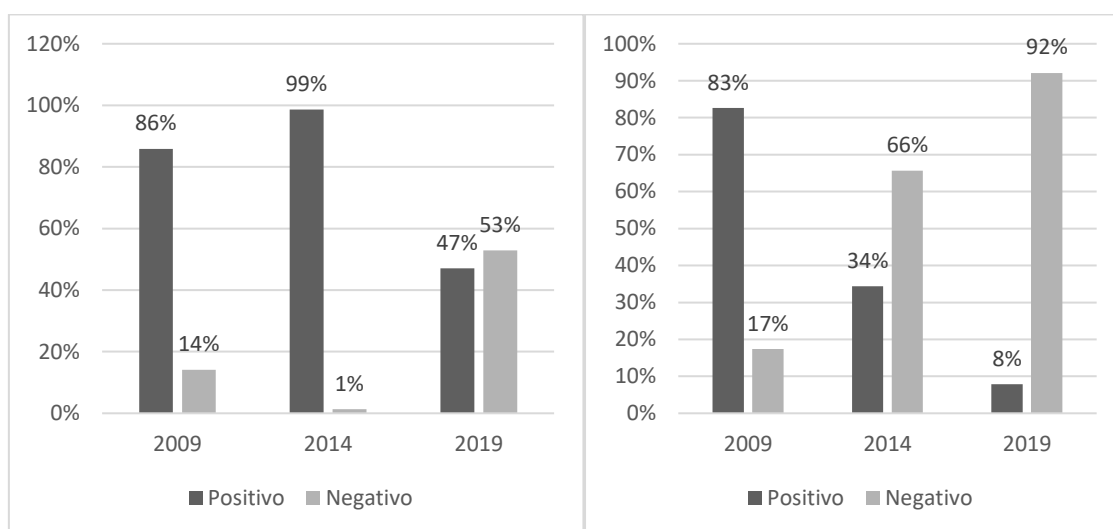
Assim, podemos concluir, para o caso português e espanhol, que a nossa análise vai em concordância com o que Adam e Maier (2011) sugerem: Estados-Membros com partidos eurocéticos tendem a uma maior contestação da UE por “desafiarem o consenso pró-europeu”. A nossa análise permitiu testar e comprovar que em Portugal, com dois partidos eurocéticos, a contestação da UE é mais visível que em Espanha, com um partido eurocético, pois existem avaliações mais negativas face ao papel da UE nas clivagens (apesar de uma pequena percentagem mais positiva sobre a clivagem cultural) e a predominância de partidos localizadas numa ala mais esquerda (anti-mercado) e anti-integração (TAN/nacionalista). Com efeito, confirmamos que a contestação da UE está mais presente em Portugal do que em Espanha (H<sub>3D</sub>).

#### **5.4 – Tom das mensagens referentes à UE**

Para complementar na referência a avaliações sobre a UE, pretendemos analisar o tom que as mensagens avaliam sobre o próprio projeto de integração europeia (por ex. sobre o processo de alargamento a novos Estados-Membros e sobre a inserção na União Económica e Monetária) e sobre o funcionamento das instituições europeias (por ex. o funcionamento da Comissão Europeia como órgão executivo e o Parlamento Europeu como o órgão representativo dos cidadãos, e as diretivas europeias a serem adotadas). Com a entrada da crise da Zona Euro afetando profundamente as economias nacionais, juntamente com a adoção de políticas de austeridade definidas por atores externos (nomeadamente o Fundo Monetário Internacional e o Banco Central Europeu), o tom das mensagens refletem o sentimento dos partidos e dos seus candidatos face ao rumo que o projeto europeu esteja a tomar durante os períodos tumultuosos de crise (Adam & Maier, 2016; Novelli et al., 2017). Mensagens com um tom negativo face ao projeto e ao seu funcionamento são esperadas e, como resultado, visíveis nos materiais de campanha, muito derivado da crise (Raycheva & Šuminas, 2017). No entanto, não esperamos que sejam somente os partidos eurocéticos que transmitem estas mensagens negativas: de acordo com Pérez (2017), ao empregar uma comparação de materiais de campanha (posters e tempos de antena) entre todos os Estados-Membros durante as campanhas para as eleições europeias de 2014, países com partidos eurocéticos apresentavam mensagens com níveis equivalentes de negatividade face a países com um consenso pró-europeu. Portanto, pretendemos testar a hipótese de existência de mensagens com maiores tons negativos face ao projeto europeu, especialmente no período pós-crise do Euro (2019).

Os Gráficos 26 e 27 nos permite analisar a percentagem de avaliação do projeto de integração europeia e do funcionamento das instituições europeias pelos partidos. Os resultados apontam para a concordância com a nossa expectativa, ou seja, num período pós-crise (2019) as consequências que derivaram dos períodos tumultuosos da crise e de como a UE manegou a situação, levaram a reações mais negativas nas suas mensagens tanto perante o projeto de integração como para o funcionamento das instituições.

**Gráfico 26 (esquerda) - Tom das mensagens referentes ao projeto de integração europeia (% por ano). Gráfico 27 (direita) - Tom das mensagens referentes ao funcionamento da União Europeia/instituições europeias (% por ano)**

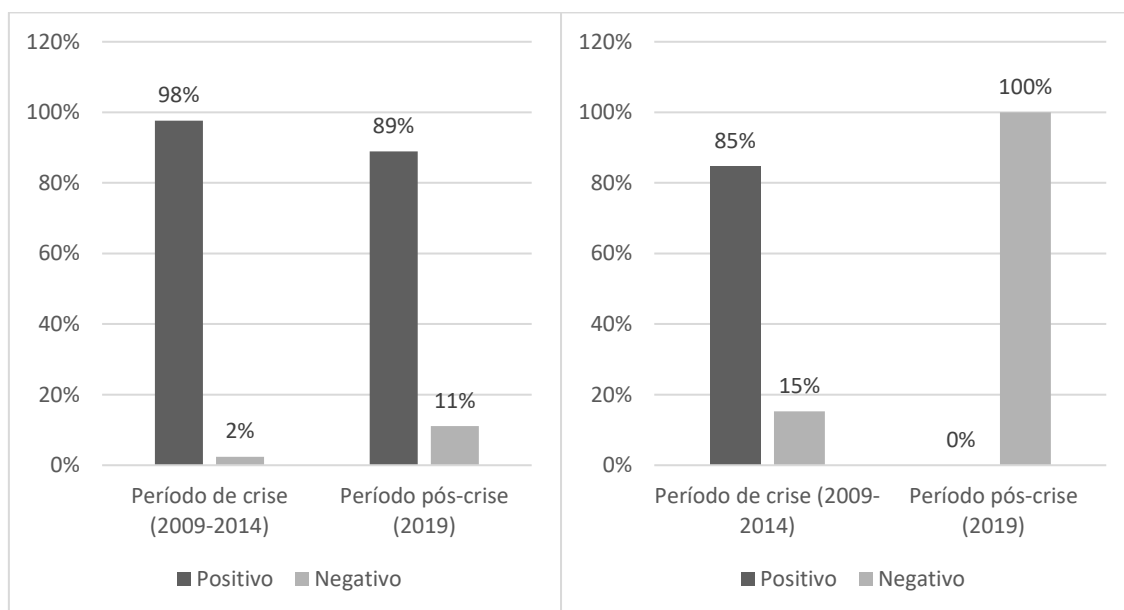


Nota: dados analisados tendo por base a presença de avaliações nas campanhas. Análise combina dados de Portugal e Espanha.

Interessa, assim, avaliar as mensagens através da posição dos partidos localizados no espectro de apoio à UE (pró-europeu e anti-europeu) e o tom das mensagens negativas face à UE num período pós-crise do que durante a crise (2009-2014). O tom das mensagens referentes ao próprio projeto de integração, como apresentado nos Gráficos 28 e 29, sugere dois aspetos fundamentais. Em primeiro lugar, os partidos europeístas e eurocéticos mantiveram uma posição essencialmente positiva durante o período de crise da zona Euro. Em segundo lugar, os partidos eurocéticos avaliavam o projeto de integração mais negativamente durante o período pós-crise. Referente ao tom das mensagens considerando o funcionamento da UE, notamos uma posição mais negativa, tanto nos eurocéticos com nos europeístas (Gráficos 30 e 31). No Gráfico 30, o tom das mensagens pelos europeístas face às ações que a UE exerceu durante o período de crise seguiu-se, na sua maioria, num âmbito positivo. No período pós-crise, deu-se um

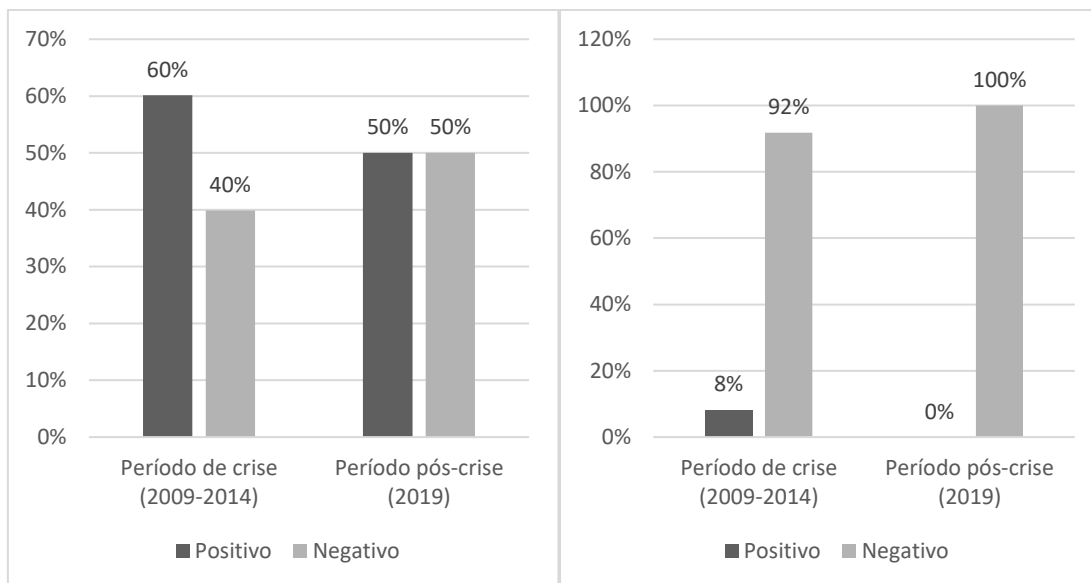
equilíbrio de mensagens que avaliavam o funcionamento da UE tanto positivamente como negativamente. Como mostra o Gráfico 31, os eurocéticos mantiveram uma avaliação predominantemente negativa face ao funcionamento das instituições da UE em ambos períodos, o que demonstra o seu carácter crítico face às instituições europeias e ao seu impacto na crise económica e o seu efeito nas campanhas eleitorais num período pós-crise.

**Gráfico 28 (esquerda) - Tom de avaliação referente ao projeto de integração europeia pelos partidos europeístas (% por ano). Gráfico 29 (direita) - Tom de avaliação referente ao projeto de integração europeia pelos partidos eurocéticos (% por ano)**



Posição dos partidos codificados como 1 – Eurófilo e 2 – Eurocético, baseado nos dados do Chapel Hill Expert Survey 2010, 2014 e 2019. Análise combina dados de Portugal e Espanha.

**Gráfico 30 (esquerda) - Tom de avaliação referente ao funcionamento das instituições europeias pelos partidos europeístas (% por ano). Gráfico 31 (direita) - Tom de avaliação referente ao funcionamento das instituições europeias pelos partidos eurocéticos (% por ano)**

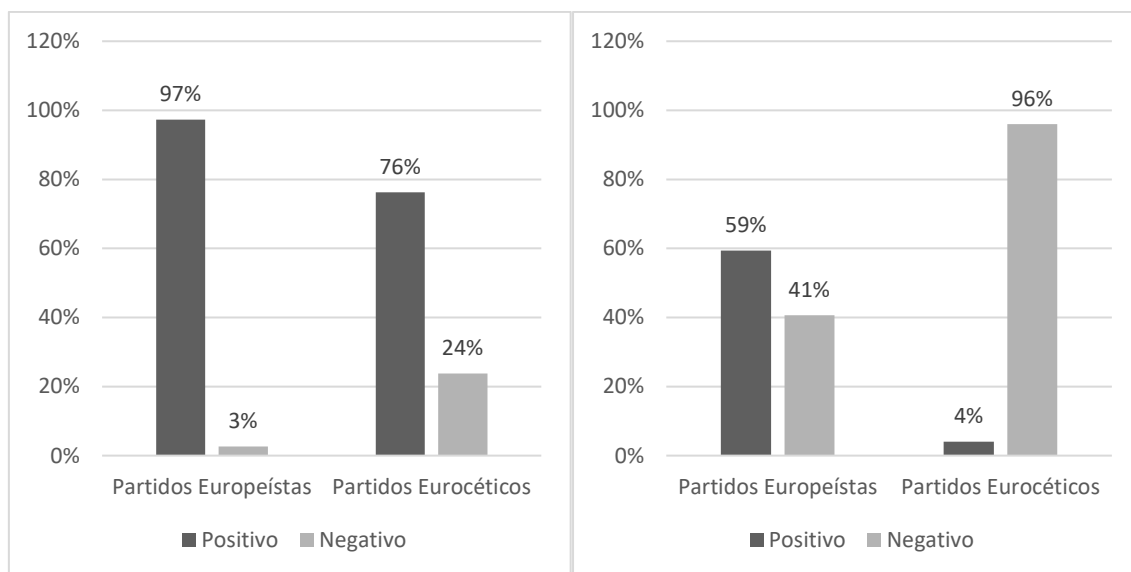


Posição dos partidos codificados como 1 – Eurófilo e 2 – Eurocético, baseado nos dados do Chapel Hill Expert Survey 2010, 2014 e 2019. Análise combina dados de Portugal e Espanha.

Portanto, os Gráficos 32 e 33 apresentam a avaliação saliente de cada posição partidária nos três anos eleitorais (2009, 2014 e 2019). Como esperávamos, os partidos europeístas são os que têm maior percentagem de mensagens de tom negativo face à UE do que os eurocéticos. No entanto, devido aos impactos e efeitos que a crise da zona Euro causou nos Estados-Membros, a nossa expectativa seria um equilíbrio de mensagens de tom negativo face ao projeto de integração e ao funcionamento da UE tanto pelos eurocéticos como pelos europeístas, o que não aconteceu. Os partidos europeístas tendem a avaliar mais positivamente a UE em ambas avaliações e os eurocéticos mantêm uma posição favorável face ao projeto de integração e uma posição crítica face ao funcionamento da União e das suas instituições.



**Gráfico 32 (esquerda) - Tom de avaliação das mensagens referente ao projeto de integração europeia (% total por posicionamento partidário). Gráfico 33 (direita) - Tom de avaliação das mensagens referente ao funcionamento da UE (% total por posicionamento partidário)**



Nota: dados analisados tendo por base a presença de avaliações nas campanhas. Análise combina dados de Portugal e Espanha.

Podemos retirar várias conclusões sobre o tom das mensagens face ao projeto europeu. Em 2009, em ambas variáveis de avaliação, a tendência era para uma avaliação positiva da UE pelos partidos europeístas e a avaliação negativa correspondia em maior percentagem aos partidos eurocéticos. Tal sugere que, no início do período da crise financeira, os partidos europeístas em Portugal e Espanha perspetivavam positivamente a UE no combate à crise; e os partidos eurocéticos situavam-se numa posição de crítica face à UE, nomeadamente relacionado com o descrédito na moeda Euro. Em 2014, visualizamos uma diferença em ambas avaliações: a positividade relacionava-se no projeto de integração e a negatividade no funcionamento das instituições europeias. Notamos a existência de mensagens com posição positiva por parte dos partidos eurocéticos face ao projeto de integração europeia, ou seja, os partidos eurocéticos nos nossos casos (Portugal e Espanha) são claramente críticos face à confiança e viabilidade das instituições europeias nas áreas, por exemplo, económica e financeira, mas apoiam uma Europa mais reforçada em outras áreas (como por exemplo, política climática, política energética, defesa dos direitos das minorias e dos direitos das mulheres). Num período da fase de saída dos programas de ajustamento, a visão sobre a integração europeia era um reforço da mesma para combater os problemas económicos e financeiros, mas, por outro lado, a avaliação das instituições (como por exemplo, da Comissão

Europeia) tem sido amplamente disputadas e criticadas pelos partidos tanto europeístas como eurocéticos. Encaminhando para o período pós-crise (2019), ambas variáveis de avaliação provaram por inserirem numa perspetiva mais negativa, em ambas posições partidárias, o que pode refletir o clima pós-crise ter impactado a arena eleitoral dos Estados-Membros (Edoardo & Johansson, 2019). Os nossos dados são congruentes com os efeitos que abalou os Estados-Membros em transição para o período pós-crise, o que fez crescer um descontentamento dos partidos nacionais perante o rumo que a UE e os seus políticos estão a tomar.

Com efeito, a nossa hipótese H<sub>4</sub> está confirmada: as mensagens que contêm avaliações face ao projeto de integração e ao funcionamento das instituições europeias tendem a ser mais negativas no período pós-crise (2019). Os níveis de avaliações negativas equivalentes entre os partidos pró-europeus e anti-europeus face ao funcionamento das instituições europeias, especialmente no período pós-crise, assemelham-se à conclusão estabelecida por Pérez (2017) – países mais pró-europeus também partilham números semelhantes de críticas face à UE com os países mais eurocéticos -, mas divergem no campo do projeto de integração. Temas ligados ao projeto de integração europeia - como cooperação entre estados europeus no quadro da economia, política, assuntos legais e internacionais – recebem uma visão mais positiva por parte dos partidos nacionais nas suas mensagens, nomeadamente pelos pró-europeus, do que temas ligados ao funcionamento da UE – como a UE vista como uma união económica e política, o funcionamento das instituições como o Parlamento, Comissão e Conselho, o papel dos políticos europeus e avaliação das políticas (*policies*) europeias. Mesmo assim, a tendência avaliativa localiza-se no lado mais negativo no período pós-crise (2019) do que durante a crise (2009-2014) por ambos partidos europeístas e eurocéticos.

Assim, de uma forma geral, a visibilidade europeia nas campanhas eleitorais para as eleições europeias tem crescido na última década. Em primeiro lugar, temas incidentes sobre a economia (nacional e europeia) perderam a sua saliência na última década. Em segundo lugar, existe um crescimento de visibilidade europeia na articulação (atores, temas e símbolos) e contestação (socioeconómica e cultural) das campanhas. Em terceiro lugar, avaliações com referência ao projeto europeu tendem a ser cada vez mais negativas. Vamos em concordância de que a mobilização estratégica partidária é mais destacada do que o modelo de eleições de segunda-ordem na última década, pois existe maior articulação e contestação da UE nos materiais de campanha. E em quarto lugar, apesar de existir mais partidos eurocéticos em Portugal do que em Espanha, que pode explicar o

posicionamento salientemente anti-mercado e anti-integração e a avaliação do papel da UE na economia apresentar um risco mais do que oportunidade no caso português, verificamos que a visibilidade da UE nos materiais de campanha pelos partidos tanto no caso português como espanhol é destacado não só pelos eurocéticos como também pelos europeístas. Assim, podemos confirmar que os partidos pró-europeus também são agentes de politização em Portugal e Espanha

## Capítulo 6 – Considerações finais

É importante sempre lembrar o quanto o artigo primordial de Reif e Schmitt (1980) contribuiu para o estudo das eleições para o Parlamento Europeu como eleições de “segunda-ordem”, abrindo espaço a uma ampla discussão teórica e empírica sobre estas eleições. Desde 1979, data das primeiras eleições europeias a serem realizadas, as eleições europeias continuam a ser marcadas pela baixa importância de foco e mobilização dos partidos e do eleitorado comparativamente com as eleições legislativas nacionais. Para os cidadãos, estas eleições são percebidas como menos importantes na medida em que há “menos em jogo”, o que decorre da ausência de formação de um governo e da percepção de que as decisões políticas são essencialmente tomadas na arena nacional. Outras justificações como a qualidade predominantemente elitista das instituições europeias e a baixa resposta e representação do Parlamento Europeu com os seus cidadãos, resultados do déficit democrático da UE, são alguns dos argumentos que justificam a baixa participação eleitoral e a ausência de uma esfera pública europeia (de Prat, 2016). Com os cidadãos cada vez mais a par das políticas e do próprio funcionamento da União Europeia, passamos, como refere Hooghe e Marks (2008), de uma Europa com um consenso permissivo para uma Europa com um dissenso constrangido, ou seja, o rumo que o projeto de integração europeia quer tomar é condicionado pela visão, opinião e crítica dos cidadãos europeus. No entanto, com a UE e as suas políticas a entrar cada vez mais na esfera doméstica, afetando não só a economia, mas também a vida política, há a suposta necessidade de reconhecer que as eleições europeias são importantes para futuras políticas económicas e sociais de cada Estado-Membro.

Com efeito, os partidos servem como agentes de politização das políticas da UE aplicadas ao contexto nacional com o objetivo de mobilizar o eleitorado nas eleições para o PE. Os materiais de campanha partidários são vitais para iniciar esta mobilização. Ao empregar temas e assuntos relacionados com a União Europeia como estrutura política (*polity*), o seu funcionamento (*politics*) e a aplicação das suas políticas (*policies*), os partidos são agentes politizadores da UE na esfera pública. No entanto, partidos que dão importância em maior valor a assuntos de destaque nacional nas campanhas para as eleições europeias funcionam como agentes de despolitização. Ou seja, os partidos ou são os agentes que justificam a permanência do modelo de eleições de segunda-ordem ou são

os agentes mobilizadores do eleitorado para dar a conhecer o quão importante são as eleições europeias que podem ser classificadas como de primeira-ordem.

Esta investigação pretendeu testar o modelo de eleições designadas como de “segunda-ordem”, considerando as campanhas, aplicadas ao contexto das eleições europeias de 2009, 2014 e 2019, utilizando como casos de estudo Portugal e Espanha. Esta dissertação sugere que no período pós-crise da zona Euro está-se perante uma mobilização estratégica partidária em relação às eleições para o PE. Ou seja, analisando a perspetiva das campanhas, a crescente visibilidade da UE permite sugerir que as eleições europeias podem ser consideradas como mais de primeira-ordem do que segunda-ordem. Os partidos, quer europeístas quer eurocéticos, são cada vez mais destacados como agentes de mobilização do eleitorado nas campanhas para as eleições europeias em Portugal e Espanha ao articular e contestar a UE nas suas campanhas eleitorais. Esta mobilização eleitoral partidária pode ser o resultado da influência e impacto que a União Europeia e as suas políticas tem na esfera política e económica nos países ibéricos. Esta investigação aprofundou a teoria de que, realmente, os partidos são verdadeiramente agentes de politização da UE.

O objetivo não foi comprovar se o modelo de eleições de segunda-ordem aplicadas ao contexto das eleições europeias deixou de existir. Foi proposto um teste ao modelo ao indicar que os partidos são agentes que mobilizam o eleitorado a reconhecer os temas de visibilidade europeia, politizando a dimensão europeia na vida política, económica e, até, social. Utilizando os casos de Portugal e Espanha para testar a existência de mobilização estratégica partidária, os resultados provaram por definir que nos países ibéricos a articulação e contestação de mensagens europeias nas campanhas eleitorais para as eleições europeias foram, na sua maioria, mais destacadas e discutidas pelos partidos nas campanhas para 2019 do que nas campanhas que decorreram durante o período da crise (2009-2014).

Esta investigação contou com uma análise de instrumentos de comunicação política como os tempos de antena, cartazes/posters e comunicados de imprensa, garantimos uma viabilidade dos dados obtidos para estabelecer uma saliência europeia nas campanhas partidárias. No entanto, pode-se encontrar limitações em relação à investigação. O foco de investigação aplicou-se aos tempos de antena, cartazes e comunicados de imprensa. Outros instrumentos de comunicação política utilizados podem ser analisados para definir a visibilidade da UE nas campanhas eleitorais como

programas eleitorais, debates dos grupos parlamentares, debates televisivos, notícias de jornal e redes sociais.

Na generalidade, esta investigação pretende sugerir que a resiliência do modelo de eleições de segunda-ordem no contexto português e espanhol é desafiada por uma mobilização estratégica partidária através da análise dos materiais de campanha para as eleições europeias na última década. Até certo ponto, neste caso nas eleições europeias de 2019, o modelo de eleições de segunda-ordem deu espaço para um modelo de eleições de primeira-ordem com o crescimento da visibilidade europeia nas campanhas. No entanto, com a maior visibilidade da UE nas campanhas eleitorais, seria de esperar que os níveis de participação eleitoral nas eleições europeias aumentassem de tal forma a aproximar os níveis de participação eleitoral nas eleições nacionais. Em Portugal e em Espanha, os níveis de participação permanecem baixos comparados com as eleições nacionais. O caso português merece uma atenção preocupante. Em 2019, um ano em que as eleições europeias registaram a sua maior participação eleitoral desde 1994 (European Parliament, 2019b), o nível de participação eleitoral em Portugal registou a sua maior queda, ao contrário de Espanha, em que o nível de participação eleitoral nas eleições europeias de 2019 verificou um grande crescimento (possivelmente afetado pelo *timing* com as eleições regionais e autárquicas). A falta de interesse da comunicação social sobre estas eleições possivelmente pode refletir-se no filtro de informação sobre estas eleições e sobre temas europeus no geral. Por consequência, a falta de mobilização pela comunicação social pode levar à falta geral de interesse dos cidadãos sobre a UE e à falta de motivação do eleitorado a votar. No entanto, futuras investigações poderão desenvolver estas reflexões. Com a UE a ser um tema cada vez mais saliente na esfera nacional, os partidos necessitam cada vez mais de destacar o seu papel como agentes politizadores da Europa com os seus cidadãos. Caso contrário, o modelo das eleições europeias como de segunda-ordem permanecerá por um bom tempo.



## Bibliografia

- Adam, S. (2007). Domestic adaptations of Europe: A comparative study of the debates on EU enlargement and a common constitution in the German and French quality press. *International Journal of Public Opinion Research*, 19(4), 409–433.  
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edm024>
- Adam, S., & Maier, M. (2011). National parties as politicizers of EU integration? party campaign communication in the run-up to the 2009 European parliament election. *European Union Politics*, 12(3), 431–453.  
<https://doi.org/10.1177/1465116511410234>
- Adam, S., & Maier, M. (2016). Campaigning on or Downplaying European Union Integration?: Explaining the Saliency Parties Attach to EU Matters in European Parliamentar Election Campaigns. In C. H. De Vreese & W. Van der Brug (Eds.), *(Un)intended Consequences of European Parliament Elections* (1st ed., pp. 148–170).
- Adam, S., Maier, M., de Vreese, C. H., Schuck, A. R. T., Stetka, V., Jalali, C., ... Baumli, M. (2013). Campaigning Against Europe? The Role of Euroskeptic Fringe and Mainstream Parties in the 2009 European Parliament Election. *Journal of Political Marketing*, 12(1), 77–99. <https://doi.org/10.1080/15377857.2013.752245>
- Adam, S., Maier, M., & Kaid, L. L. (2009). *Between Integration and Demarcation: Strategies and Effects of Party Campaigns in the Context of the 2009 European Parliament Elections. Codebook for analyzing national parties' strategies in the context of the European Parliament (EP) Elections*.
- Baek, M. (2009). A comparative analysis of political communication systems and voter turnout. *American Journal of Political Science*, 53(2), 376–393.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00376.x>
- Bakker, R., de Vries, C. E., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., Marks, G., ... Vachudova, M. A. (2015). Measuring Party Positions in Europe: The Chapel Hill Expert Survey Trend File, 1999-2010. *Party Politics*, 21(1), 143–152.
- Bakker, R., Hooghe, L., Jolly, S., Marks, G., Polk, J., Rovny, J., ... Vachudova, M. A. (2019). *2019 Chapel Hill Expert Survey*. Chapel Hill.
- Bale, T. (2013). *European Politics: A Comparative Introduction* (3rd ed.). Palgrave Macmillan.
- Baviera, A. C. (2014). El sistema político constitucional español: una mirada general



- después de treinta y siete años de vida. *Revista Memoria Política*, 3, 61–89.
- Bevern, S. (2015). *Party Communication in Routine Times of Politics: Issue Dynamics, Party Competition, Agenda-Setting, and Representation in Germany* (1st ed.). Springer.
- Boomgaarden, H. G., & De Vreese, C. H. (2016). Do European Elections Create a European Public Sphere? In *(Un)intended Consequences of European Parliament Elections* (1st ed., pp. 19–35). Oxford University Press.
- Bruter, M. (2009). Time bomb?: The dynamic effect of news and symbols on the political identity of European citizens. *Comparative Political Studies*, 42(12), 1498–1536. <https://doi.org/10.1177/0010414009332465>
- Caamaño, J. R. (2016). Ciclos electorales y sistema de partidos en España, 1977-2016. *Revista Jurídica Universidad Autónoma de Madrid*, (34), 241–266.
- Carlson, T., Johansson, B., & Vigsø, O. (2014). Persuading Beyond Words: Visual Appeals in the 2014 European Election Campaign. In 1st (Ed.), *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (pp. 191–214). Palgrave Macmillan.
- CHES. (2019). Chapel Hill Expert Survey. Retrieved from <https://www.chesdata.eu/>
- Clark, Nicholas. (2014). Explaining Low Turnout in European Elections: The Role of Issue Salience and Institutional Perceptions in Elections to the European Parliament. *Journal of European Integration*, 36(4), 339–356. <https://doi.org/10.1080/07036337.2013.841680>
- Clark, Nick, & Rohrschneider, R. (2009). Second-order elections versus first-order thinking: how voters perceive the representation process in a multi-layered system of governance. *Journal of European Integration*, 31(5), 645–664. <https://doi.org/10.1080/07036330903145906>
- Cordero, G., & Montero, J. R. (2015). Against Bipartyism, Towards Dealignment? The 2014 European Election in Spain. *South European Society and Politics*, 20(3), 357–379. <https://doi.org/10.1080/13608746.2015.1053679>
- da Silva, F. F., & Mendes, M. S. (2019). Portugal – A Tale of Apparent Stability and Surreptitious Transformation. *European Party Politics in Times of Crisis*, 139–164. <https://doi.org/10.1017/9781108652780.007>
- de Prat, C. R.-A. (2016). *The European Democratic Deficit: The Response of the Parties in the 2014 Elections* (2nd ed.). P.I.E. Peter Lang.
- de Vreese, C. H., Banducci, S. A., Semetko, H. A., & Boomgaarden, H. G. (2007). The

- news coverage of the 2004 European parliamentary election campaign in 25 countries. *European Union Politics*, 7(4), 477–504.  
<https://doi.org/10.1177/1465116506069440>
- de Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. (2006). News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta Politica*, 41(4), 317–341.  
<https://doi.org/10.1057/palgrave.ap.5500164>
- De Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. G. (2006). Media effects on public opinion about the enlargement of the European union. *Journal of Common Market Studies*, 44(2), 419–436. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5965.2006.00629.x>
- de Vries, C. E. (2007). Sleeping giant: Fact or fairytale? How European integration affects national elections. *European Union Politics*, 8(3), 363–385.  
<https://doi.org/10.1177/1465116507079546>
- de Wilde, P. (2007). Politicisation of European Integration: Bringing the Process into Focus. *SSRN Electronic Journal*, (November).  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2004986>
- Duch, R. M., & Stevenson, R. T. (2008). *The Economic Vote: How Political and Economic Institutions Condition Elections Results* (1st ed.). Cambridge University Press.
- Dumitrescu, D., & Popa, S. A. (2016). Showing Their True Colors? How EU Flag Display Affects Perceptions of Party Elites' European Attachment. *American Behavioral Scientist*, 60(14), 1698–1718.  
<https://doi.org/10.1177/0002764216676248>
- Edoardo, N., & Johansson, B. (2019). *2019 European Elections Campaign*.
- El País. (2019). 26M Elecciones Europeas. Retrieved from  
<https://resultados.elpais.com/elecciones/2009/europeas/index.html>
- Eur-Lex. (2017). Estatuto dos Partidos Políticos Europeus. Retrieved from [https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/eu\\_parties\\_status.html?locale=pt](https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/eu_parties_status.html?locale=pt)
- European Parliament. (2019a). 2019 European Elections: National rules. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/623556/EPRS\\_ATA\(2018\)623556\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/623556/EPRS_ATA(2018)623556_EN.pdf)
- European Parliament. (2019b). Final turnout data for 2019 European elections announced. Retrieved from <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20191029IPR65301/final-turnout-data-for-2019-european-elections->

- announced
- European Parliament. (2019c). Powers and procedures. Retrieved from <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/en/powers-and-procedures>
- European Parliament. (2019d). Resultados das eleições europeias de 2019. Retrieved from <https://europarl.europa.eu/election-results-2019/pt/resultados-nacionais/portugal/2014-2019/sessao-constitutiva/>
- Fernandez-Villaverde, J., Garicano, L., & Santos, T. (2013). *Political Credit Cycles. NBER Working Paper Series*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fossum, J. E. (2016). Democracy and Legitimacy in the EU: Challenges and Options. *ARENA Working Paper 1*, 23. <https://doi.org/10.3726/b10699>
- Franklin, M. (2005). *The fading power of national politics to structure votion behaviour in elections to the European Parliament*.
- Freire, A. (2010). Perfil e funcionamento do sistema eleitoral português em perspetiva comparada. In A. Freire, D. Moreira, & M. Meirinho (Eds.), *Para uma melhoria da representação política: A reforma do sistema eleitoral* (p. 252). Sextante Editora, Lda.
- Freire, A. (2012). European Integration and Party Attachments: The Portuguese Case as an Example for New Democracies. In A. C. Pinto & N. S. Teixeira (Eds.), *The Europeanization of Portuguese Democracy* (1st ed., pp. 183–224). COLUMBIA UNIVERSITY PRESS, NEW YORK.
- Freire, A., & Pereira, J. S. (2017). Integração europeia e alinhamentos partidários: o caso português como exemplo para as novas democracias do Leste europeu. In António Costa Pinto & N. S. Teixeira (Eds.), *A Democratização da Democracia Portuguesa* (pp. 147–178). Lisboa: ICS - Imprensa de Ciências Sociais.
- Freire, A., & Santana-Pereira, J. (2015). More Second-Order than Ever? The 2014 European Election in Portugal. *South European Society and Politics*, 20(3), 381–401. <https://doi.org/10.1080/13608746.2015.1076593>
- Freire, A., Teperoglou, E., & Moury, C. (2014). Awakening the Sleeping Giant in Greece and Portugal? Elites' and Voters' Attitudes towards EU Integration in Difficult Economic Times. *South European Society and Politics*, 19(4), 477–499. <https://doi.org/10.1080/13608746.2014.983311>
- Fridkin, K. L., & Kenney, P. J. (2004). Do negative messages work? The impact of negativity on citizens' evaluations of candidates. *American Politics Research*, 32(5), 570–605. <https://doi.org/10.1177/1532673X03260834>

- Green-Pedersen, C. (2009). A Giant Fast Asleep? Party Incentives and Politicization of European Integration. *Political Studies*, 60(1), 115–130.
- Greenwood, J. (2011). *Interest Representation in the European Union* (3rd ed.). Palgrave Macmillan.
- Heath, A., McLean, I., Taylor, B., & Curtice, J. (1999). Between first and second order: A comparison of voting behaviour in European and local elections in Britain. *European Journal of Political Research*, 35(3), 389–414. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.00454>
- Hellström, J., & Blomgren, M. (2016). Party debate over Europe in national election campaigns: Electoral disunity and party cohesion. *European Journal of Political Research*, 55(2), 265–282. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12125>
- Hix, S., & Lord, C. (1997). *Political Parties in the European Union* (1st ed.). Palgrave Macmillan.
- Hix, S., & Marsh, M. (2011). Second-order effects plus pan-European political swings: An analysis of European Parliament elections across time. *Electoral Studies*, 30(1), 4–15. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2010.09.017>
- Hix, S., Noury, A. G., & Roland, G. (2007). *Democratic Politics in the European Parliament* (1st ed.). Cambridge University Press.
- Hobolt, S. B., & Rodon, T. (2020). Cross-cutting issues and electoral choice. EU issue voting in the aftermath of the Brexit referendum. *Journal of European Public Policy*, 27(2), 227–245. <https://doi.org/10.1080/13501763.2019.1701535>
- Hobolt, S. B., & Spoon, J. J. (2012). Motivating the European voter: Parties, issues and campaigns in European Parliament elections. *European Journal of Political Research*, 51(6), 701–727. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2012.02057.x>
- Holtz-Bacha, C. (2017). Regulation of Electoral Advertising in Europe. In C. Holtz-Bacha, E. Novelli, & K. Rafter (Eds.), *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (1st ed., pp. 27–38). Palgrave Macmillan.
- Holtz-Bacha, C., Johansson, B., Leidenberger, J., Maarek, P. J., & Merkle, S. (2011). Advertising for Europe: TV Ads During the 2009 European Election Campaign in Four Countries. *Nordicom Review*, 33(2), 77–92. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0015>
- Holtz-Bacha, C., Novelli, E., & Rafter, K. (2017). *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (1st ed.). Palgrave Macmillan.
- Hooghe, L., & Marks, G. (2009). A postfunctionalist theory of European integration:

- From permissive consensus to constraining dissensus. *British Journal of Political Science*, 39(1), 1–23. <https://doi.org/10.1017/S0007123408000409>
- Hopmann, D. N., Vliegenthart, R., & Maier, J. (2018). The effects of tone, focus, and incivility in election debates. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28(3), 283–306. <https://doi.org/10.1080/17457289.2017.1394310>
- Huntington, S. P. (1991). Democracy's Third Wave. *Journal of Democracy*, 2(2), 12–34.
- Hutter, S., & Kriesi, H. (2019). Politicizing Europe in times of crisis. *Journal of European Public Policy*, 26(7), 996–1017. <https://doi.org/10.1080/13501763.2019.1619801>
- Hutter, S., Kriesi, H., & Vidal, G. (2018). Old versus new politics: The political spaces in Southern Europe in times of crises. *Party Politics*, 24(1), 10–22. <https://doi.org/10.1177/1354068817694503>
- Jalali, C. (2011). The president is not a passenger: Portugal's evolving semi-presidentialism. *Semi-Presidentialism and Democracy*, 156–173. <https://doi.org/10.1057/9780230306424>
- Jalali, C. (2017). *Partidos e sistemas partidários* (1st ed.). Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Jalali, C., & Silva, T. (2011). Everyone ignores Europe? Party Campaigns and Media Coverage in the 2009 European Parliament Elections. In M. Maier, J. Stromback, & L. L. Kaid (Eds.), *Political Communication in European Parliament Elections* (1st ed., pp. 111–128). Ashgate Publishing, Ltd.
- Jansen, A. S., Eugster, B., Maier, M., & Adam, S. (2019). Who Drives the Agenda: Media or Parties? A Seven-Country Comparison in the Run-Up to the 2014 European Parliament Elections. *International Journal of Press/Politics*, 24(1), 7–26. <https://doi.org/10.1177/1940161218805143>
- Jolly, S. K. (2007). The Europhile fringe?: Regionalist party support for european integration. *European Union Politics*, 8(1), 109–130. <https://doi.org/10.1177/1465116507073290>
- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschie, S., & Frey, T. (2006). Globalization and the transformation of the national political space: Six European countries compared. *European Journal of Political Research*, 45(6), 921–956. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00644.x>
- Ladrech, R. (2002). Europeanization and political parties: Towards a framework for

- analysis. *Party Politics*, 8(4), 389–403.  
<https://doi.org/10.1177/1354068802008004002>
- Lau, R. R., & Pomper, G. M. (2001). Negative campaigning by US Senate candidates. *Party Politics*, 7(1), 69–87. <https://doi.org/10.1177/1354068801007001004>
- Leonard, M., & Torreblanca, J. I. (2014). The Eurosceptic Surge and How To Respond To It. *European Council on Foreign Relations*, (November), 1–12.
- Linares, M. Á. P. (2018). El sistema electoral español desde sus orígenes hasta la Constitución de 1978. *Historia Constitucional*, 0(19), 89.  
<https://doi.org/10.17811/hc.v0i19.542>
- Lobo, M. C. (2006). *Da consolidação democrática à qualidade da democracia: a União Europeia e os partidos políticos portugueses*.
- Lobo, M. C. (2011). Still Second-Order? European Parliament elections in Portugal. In António Costa Pinto (Ed.), *Contemporary Portugal: Politics, Society and Culture* (pp. 249–273). Columbia University Press.
- Lobo, M. C., & Karremans, J. (2018). Revisiting the politicization of the EU. A three-dimensional approach. In M. C. Lobo, F. C. da Silva, & J. P. Zúquete (Eds.), *Changing societies: legacies and challenges. Citizenship in crisis, Vol. II* (1st ed., pp. 51–71). ICS - Instituto de Ciências Sociais.  
<https://doi.org/10.31447/ics9789726715047.02>
- Lobo, M. C., & Lewis-Beck, M. S. (2012). The integration hypothesis: How the European Union shapes economic voting. *Electoral Studies*, 31(3), 522–528.  
<https://doi.org/10.1016/j.electstud.2012.02.004>
- Lobo, M. C., & Magalhães, P. C. (2011). Room for manoeuvre: Euroscepticism in the Portuguese parties and electorate 1976-2005. *South European Society and Politics*, 16(1), 81–104. <https://doi.org/10.1080/13608740903432375>
- Lobo, M. C., Pinto, A. C., & Magalhães, P. C. (2017). The Making and Remaking of Portuguese Democracy : An Overview. *Conference Paper*, (February).
- Magalhães, P. (2014). Introduction: financial crisis, austerity and electoral politics. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 24(2), 125–133.
- Maier, M., Adam, S., De Vreese, C. H., Leidecker-Sandmann, M., Eugster, B., Schmidt, F., & Antiwittenberg, E. (2014). *Politicization of EU integration. Codebook for a content analysis of media and party communication. Work supported by the Swiss National Science Foundation and the German Science Foundation*.
- Maier, M., Bacherle, P., Adam, S., & Leidecker-Sandmann, M. (2017). The interplay

- between parties and media in putting EU issues on the agenda: A temporal pattern analysis of the 2014 European Parliamentary election campaigns in Austria, Germany and the United Kingdom. *Party Politics*, 25(2), 167–178.  
<https://doi.org/10.1177/1354068817700532>
- Maier, M., Bacherle, P., Adam, S., & Leidecker-Sandmann, M. (2019). The interplay between parties and media in putting EU issues on the agenda: A temporal pattern analysis of the 2014 European Parliamentary election campaigns in Austria, Germany and the United Kingdom. *Party Politics*, 25(2), 167–178.  
<https://doi.org/10.1177/1354068817700532>
- Maier, M., Strömbäck, J., & Kaid, L. L. (2011). *Political communication in European parliamentary elections* (1st ed.). Ashgate Publishing, Ltd.
- Marks, G., & Hooghe, L. (2001). *Multi-Level Governance and European Integration* (1st ed.). Rowman & Littlefield Publishers.
- Marsh, M. (1985). The Voters Decide?: Preferential Voting in European List Systems. *European Journal of Political Research*, 13(4), 365–378.  
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1985.tb00132.x>
- Marsh, M. (1998). Testing the second-order election model after four European elections. *British Journal of Political Science*, 28(4), 591–607.  
<https://doi.org/10.1017/S000712349800026X>
- Marsh, M. (2009). Vote switching in european parliament elections: evidence from June 2004. *Journal of European Integration*, 31(5), 627–644.  
<https://doi.org/10.1080/07036330903145898>
- Marsh, M., & Mikhaylov, S. (2010). European Parliament elections and EU governance. *Living Reviews in European Governance*, 5(4), 5–20.
- McCormick, J. (2014). The EU and its Citizens. In *Understanding the European Union: A Concise Introduction* (1st ed., pp. 96–119). Macmillian International Higher Education.
- Montero, José R., Llera, F. J., & Torcal, M. (1992). Sistemas Electorales en España: Una recapitulación. *Reis*, 58(58), 7–56.
- Montero, José Ramón, Rama, J., & Esquer, C. F. (2016). La discreción del sistema electoral. Retrieved from <https://politikon.es/2016/05/16/la-discrecion-del-sistema-electoral/>
- Moury, C. (2016). *Democracia na Europa* (1st ed.). Fundação Francisco Manuel dos Santos.

- Novelli, E., Rafter, K., Alvares, C., Veríssimo, I., Poulakidakos, S., Veneti, A., ... Sammut, C. (2017). Representations of the Economic Crisis and Austerity Politics. In C. Holtz-Bacha, E. Novelli, & K. Rafter (Eds.), *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (1st ed., pp. 57–80). Palgrave Macmillan.
- Parlamento Europeo. (2019). Resultados de las elecciones europeas de 2019. Retrieved from <https://www.europarl.europa.eu/election-results-2019/es/espana/>
- Pérez, F. S. (2017). Representations of the European Project. In C. Holtz-Bacha, E. Novelli, & K. Rafter (Eds.), *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (1st ed., pp. 39–56). Palgrave Macmillan.
- Peter, J., & De Vreese, C. H. (2004). In search of Europe. A cross-national comparative study of the European union in national television news. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(4), 1–24. <https://doi.org/10.1177/1081180X04270597>
- Polk, J., Rovny, J., Bakker, R., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., ... Zilovic, M. (2017). Explaining the salience of anti-elitism and reducing political corruption for political parties in Europe with the 2014 Chapel Hill Expert Survey data. *Research & Politics*, 1–9.
- Popa, S. A., & Dumitrescu, D. (2017). National but European? Visual manifestations of Europe in national parties' Euromanifestos since 1979. *Party Politics*, 23(5), 526–537. <https://doi.org/10.1177/1354068815610963>
- Rauh, C. (2019). EU politicization and policy initiatives of the European Commission: the case of consumer policy. *Journal of European Public Policy*, 26(3), 344–365. <https://doi.org/10.1080/13501763.2018.1453528>
- Raycheva, L., & Šuminas, A. (2017). A Negative Touch in Posters and Spots. In C. Holtz-Bacha, E. Novelli, & K. Rafter (Eds.), *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections* (1st ed., pp. 81–96). Palgrave Macmillan.
- Reif, K. (1984). National electoral cycles and European elections 1979 and 1984. *Electoral Studies*, 3(3), 244–255. [https://doi.org/10.1016/0261-3794\(84\)90005-2](https://doi.org/10.1016/0261-3794(84)90005-2)
- Reif, K., & Schmitt, H. (1980). Nine Second-Order National Elections – a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results. *European Journal of Political Research*, 8(1), 3–44. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1980.tb00737.x>
- Resende, M., & Sanches, E. (2009). *European parliament election briefing no 39 the portuguese european parliament elections june 2009*.
- Risse, T. (2010). *A Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres* (1st ed.). Cornell University PRes.



- Rittberger, B. (2012). Institutionalizing representative democracy in the EU: The case of the European Parliament. *Journal of Common Market Studies*, 50, 18–37.
- Rodríguez-Aguilera, C. (2014). El papel de los europartidos. Retrieved from [https://www.eldiario.es/agendapublica/proyecto-europeo/papel-europartidos\\_0\\_260024640.html](https://www.eldiario.es/agendapublica/proyecto-europeo/papel-europartidos_0_260024640.html)
- Romão, F. (2015). Podemos e Cidadanos: o fim do bipartidarismo em Espanha? *Relações Internacionais (R:I)*, (45), 81–95.
- Schmitt, H. (2005). The European parliament elections of June 2004: Still second-order? *West European Politics*, 28(3), 650–679. <https://doi.org/10.1080/01402380500085962>
- Schmitt, H., Sanz, A., Braun, D., & Teperoglou, E. (2020). It all happens at once: understanding electoral behaviour in second-order elections. *Politics and Governance*, 8(1), 6–18. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i1.2513>
- Schmitt, H., & Teperoglou, E. (2015). The 2014 European Parliament Elections in Southern Europe: Second-Order or Critical Elections? *South European Society and Politics*, 20(3), 287–309. <https://doi.org/10.1080/13608746.2015.1078271>
- Schmitt, H., & Van der Eijk, C. (2007). Non-voting in European Parliament elections and support for European integration. In W. Van der Brug & C. Van der Eijk (Eds.), *European Elections and Domestic Politics: Lessons from the Past and Scenarios for the Future* (1st ed., pp. 145–167). University of Notre Dame Press.
- Schmuziger, G. R., Lupion, B., & Meyer-Resende, M. (2019). Social Media Monitoring During Elections Cases and Best Practice To Inform. *Open Society Foundations*.
- Schuck, A. R. T., & De Vreese, C. H. (2006). Between risk and opportunity: News framing and its effects on public support for EU enlargement. *European Journal of Communication*, 21(1), 5–32. <https://doi.org/10.1177/0267323106060987>
- Silva, T. A. C. da. (2011). *Europa esquecida? A cobertura mediática das eleições europeias de 2009*. Universidade de Aveiro.
- Slomczynski, W., & Zyczkowski, K. (2017). Degressive Proportionality in the European Union. In I. Papageorgiou & C. Katsara (Eds.), *The Composition of the European Parliament* (pp. 37–47). Directorate General for Internal Policies of the Union.
- Sojo, J. R. (2018). De los papeles de Bárcenas a la moción de censura: cronología de la caída de Rajoy. Retrieved June 30, 2020, from <https://www.elconfidencial.com/espana/2018-06-01/cronologia-caida-rajoy->

mocion-de-censura\_1572659/

- Sotillos, I. D., & Nieto, L. L. (2012). La Participación en las elecciones al Parlamento Europeo. In *Comportamiento político y sociología electoral* (1st ed., p. 537). UNED - Unidad Didáctica.
- Steenbergen, M. R., & Scott, D. J. (2004). Contesting Europe? The salience of European integration as a party issue. *European Integration and Political Conflict*, 165–192. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492013.010>
- Stromback, J., Maier, M., & Kaid, L. L. (2013). Political Communication and Election Campaigns for the European Parliament. In M. Maier, J. Stromback, & L. L. Kaid (Eds.), *Political Communication in European Parliament Elections* (1st ed., pp. 3–16). Ashgate Publishing, Ltd.
- Strömbäck, J., Negrine, R., Hopmann, D. N., Jalali, C., Berganza, R., Seeber, G. U. H., ... Maier, M. (2013). Sourcing the News: Comparing Source Use and Media Framing of the 2009 European Parliamentary Elections. *Journal of Political Marketing*, 12(1), 29–52. <https://doi.org/10.1080/15377857.2013.752227>
- Talving, L. (2018). Economic voting in Europe: Did the crisis matter? *Comparative European Politics*, 16(4), 695–723. <https://doi.org/10.1057/s41295-017-0092-z>
- Teperoglou, E. (2010). A chance to blame the government? The 2009 European election in Southern Europe. *South European Society and Politics*, 15(2), 247–272. <https://doi.org/10.1080/13608746.2010.501974>
- The Economist. (2019). The Economist Intelligence Unit's Democracy Index. Retrieved from <https://infographics.economist.com/2019/DemocracyIndex/>
- Torcal, M., & Font, J. (2012). *Elecciones europeas 2009* (1st ed.). Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Van der Brug, W., & De Vreese, C. H. (2016). *(Un)intended Consequences for European Parliament Elections* (1st ed.). Oxford University Press.
- Van der Eijk, C., & Franklin, M. (1996). *Choosing Europe? The European Electorate and National Politics in the Face of the Union*. Ann Harbor: University of Michigan Press.
- Van der Eijk, C., & Franklin, M. N. (2004). Potential for contestation on European matters at national elections in Europe. *European Integration and Political Conflict*, (May), 32–50. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492013.004>
- Vidal, G. (2018). Challenging business as usual? The rise of new parties in Spain in times of crisis. *West European Politics*, 41(2), 261–286.

<https://doi.org/10.1080/01402382.2017.1376272>

Whitefield, S., & Rohrschneider, R. (2015). The salience of European integration to party competition: Western and Eastern Europe compared. *East European Politics and Societies*, 29(1), 12–39. <https://doi.org/10.1177/0888325414567128>

Williams, S. (1990). Sovereignty and accountability in the European community. *The Political Quarterly*, 61(3), 299–317. <https://doi.org/10.4324/9780429496189>

## Apêndice 1 – Lista de partidos cuja codificação se encontra na base de dados

PAÍS	PARTIDOS	ANO (QUE CONSEGUIRAM ASSENTOS NO PE)	POSIÇÃO	PONTUAÇÃO CHES REFERENTE À POSIÇÃO FACE À UE (<4 – ANTI-EUROPEU; 4> – PRÓ-EUROPEU)
Portugal	Aliança Portugal – Partido Social-Democrata + Centro Democrático Social (AP – PSD+CDS)	2014	Eurófilo	6.875 (2014 – PSD), 6.125 (2014 – CDS)
	Bloco de Esquerda (BE)	2009, 2014, 2019	Eurocético	3.666 (2010), 3.125 (2014), 3.75 (2019)
	Centro Democrático Social – Partido Popular (CDS-PP)	2009, 2014, 2019	Eurófilo	5.5 (2010), 6.125 (2014), 5.875 (2019)
	Coligação Democrática Unitária – Partido Comunista Português + Partido Os Verdes (CDU – PCP+PEV)	2009, 2014, 2019	Eurocético	3 (2010), 1.875 (2014), 2.375 (2019)
	Partido dos Animais e da Natureza (PAN)	2019	Eurófilo	4.166 (2019)
	Partido Social-Democrata (PSD)	2009, 2014, 2019	Eurófilo	6.666 (2010), 6.875 (2014), 6.75 (2019)
	Partido Socialista (PS)	2009, 2014, 2019	Eurófilo	7 (2010), 6.375 (2014), 6.75 (2019)
Espanha	Ahora Repúblicas – Esquerra Republicana de Catalunya + Euskal Herria Bildu (AR – ERC+EH Bildu)	2019	Eurófilo	5.533 (ERC - 2019), 4.5 (EH Bildu - 2019)
	Coalición por Europa – Convergencia Democrática de Catalunya/Convergencia i Unió + Partido Nacionalista Vasco (CEU – CDC/CiU + PNV)	2009, 2014	Eurófilo	6.090 (CiU – 2009), 5.727 (PNV – 2009), 6.300 (CiU – 2014), 6.444 (PNV – 2014)
	Coalición por una Europa Solidaria – Partido Nacionalista Vasco (CEUS – PNV)	2019	Eurófilo	6.400 (2019)
	Europa de los Pueblos-Verdes – Esquerra Republicana da Catalunya (EdP-V – ERC)	2009	Eurófilo	5.5 (EdP-V - 2010), 5.272 (ERC – 2010)
	L'Esquerra pel Dret a Decidir – Esquerra Republicana de Catalunya + Nueva Esquerra Catalana (EPDD – ERC+NECat)	2014	Eurófilo	5.555 (ERC – 2014)
	La Izquierda – Izquierda Unida + Iniciativa por Cataluña Verdes (IU+ICV)	2009	Eurófilo	4.75 (IU – 2010)
	La Izquierda Plural – Izquierda Unida + Iniciativa por Cataluña Verdes + Anova (IU+ICV+Anova)	2014	Eurófilo	4.599 (IU – 2014), 4.800 (ICV – 2014)
	Lliures per Europa – Juntos por Catalunya (Junts/JxCat)	2019	Eurófilo	5.133 (como CDC/PDeCAT – 2019)
	Los Pueblos Deciden – Eusko Alkartasuna/Euskal Herria Bildu (LPD – EA/EH Bildu)	2014	Eurófilo	6.375 (2014)
	Podemos	2014	Eurófilo	4.444 (2014)
	Unidas Podemos Cambiar Europa – Podemos + Izquierda Unida (Podemos-IU)	2019	Eurófilo	5.266 (Podemos – 2019), 5.285 (IU – 2019)
	Partido Popular (PP)	2009, 2014, 2019	Eurófilo	6 (2010), 6.800 (2014), 6.466 (2019)
	Partido Socialista Obrero Español (PSOE)	2009, 2014, 2019	Eurófilo	6.75 (2010), 6.699 (2014), 6.800 (2019)
	Primavera Europea – BLOC (PE – BLOC)	2014	Eurófilo	Dados baseados no manifesto partidário
	Vox	2019	Eurocético	3.266 (2019)
	Unión, Progreso y Democracia (UPyD)	2009, 2014	Eurófilo	5.272 (2010), 6.666 (2014)

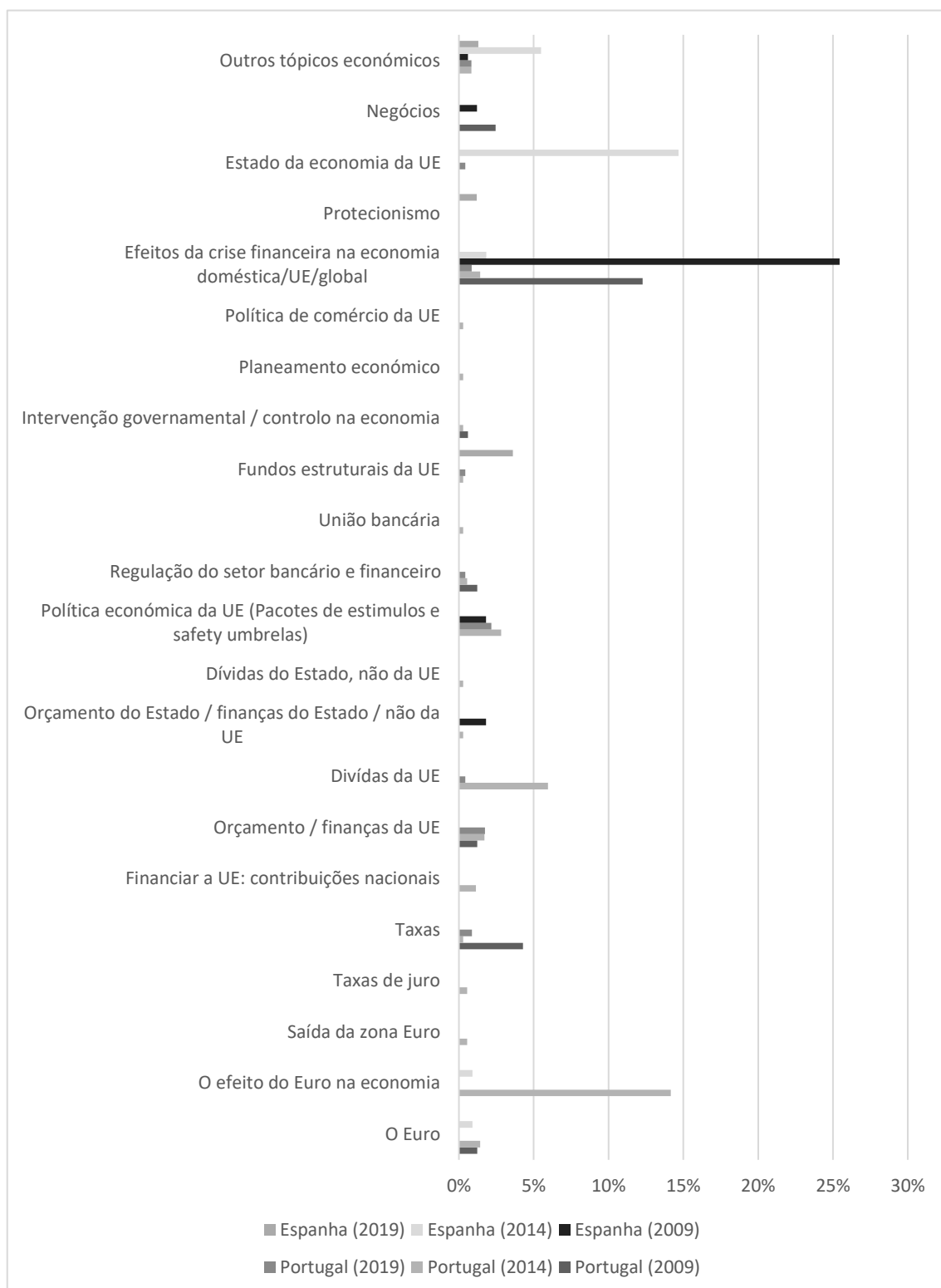


## Apêndice 2 – Processo de codificação da base de dados.

Dimensão	Indicador	Codificação
Saliência temática	Tema principal	Análise de temas que se encontram na lista de tópicos do Apêndice 4.
	Justificação	(1) Económica (2) Identidade (cultural, étnico, religioso, político) (3) Outro (4) S/Justificação
Ator principal	Visibilidade (foco/scope)	(1) Nacional (2) Europeu
Temas		(1) Nacional (2) Equilibrado (tanto nacional como europeu) (3) Europeu
Símbolos		(1) Nacional (2) Europeu (3) Equilibrado (tanto símbolos nacionais como europeus)
Clivagens – socioeconómica e cultural-identitário		(1) Nacional (2) Europeu
	Papel da UE	(1) Risco (2) Oportunidade
	Posição – socioeconómico	(1) Pró-estado (2) Pró-mercado (3) Ambivalente/Não identificado
	Posição - cultural	(1) Liberal (2) Não-liberal (3) Ambivalente/Não identificado
Projeto de integração europeia	Tom (avaliação)	(1) Positivo
Funcionamento da UE		(2) Negativo (3) Equilibrado (tanto positivo como negativo)



**Apêndice 3 – Temas económicos, presentes no tópico de “Economia”, nas mensagens de campanha partidárias nas Eleições para o Parlamento Europeu (2009-2019)**







## Apêndice 4 – Lista de tópicos

Choose the more *substantive* topic (i.e. inflation above election) when possible  
Within topic categories: choose the more specific (e.g. safety umbrellas above  
government intervention). The more specific categories are place upfront  
(having the lower numbers).

<b>TOPIC01 Economy</b>	01	The Euro (e.g. currency rate, inflation, stability)
	02	Effect of Euro on the economy
	03	Eurozone exit
	04	Other currency related topic
	05	Inflation (policy)
	06	Interest rate (policy)
	07	Taxes (policy)
	08	Financing the EU: National contributions (from member states)
	09	EU budget / finances / (incl. 3% rule, semester system)
	10	EU debts (incl. 3% rule, semester system)
	11	State budget / state finances / (non EU)
	12	State debts (non EU)
	13	EU economic policy: Stimulus package and safety umbrellas (bilateral credits, buying of state bonds, Eurobonds, EFSM, EFSF, ESM, SKS)
	14	Bank and financial sector regulation
	15	Banking Union
	16	EU Structural Fund (EU funds for underdeveloped regions/areas)
	17	EU competition policy (incl. investigations into state aid, mergers, take-overs, fixed prices, carving up of markets)
	18	Competition policy non-EU (incl. investigations into state aid, mergers, take-overs, fixed prices, carving up of markets)
	19	Government Ownership, nationalisation in general (land, banks, etc.)
	20	Privatisation (of government owned business or industry)
	21	Protectionism (e.g. methods to protect national markets, economic growth)
	22	Government intervention/control over the economy (prices, wages, rents)
	23	Economic Planning (of long-term economic planning, e.g. Greece)
	24	Free movement of people within the EU (common market: including the Schengen agreement)
	25	Free movement of goods, capital and services within the EU (common market)
	26	EU trade policy (e.g. EU tariffs and import quotas towards non-member states)
	27	Trade policy non-EU
	28	Effects of financial crisis on domestic/ EU/ global economy (e.g. competitiveness, demand and supply, consumption, business climate)
	29	State of the EU economy, current situation and outlook, growth, shrinkage
	30	Stock market and its developments (shares, bonds, AEX, DAX, Dow Jones etc.)
	31	Business (companies, banks, industry, mergers, manufacturing, bankruptcy)
	32	Other economic topics
<b>TOPIC02 Social and labor market policy</b>	01	EU employment policy
	02	Employment policy (non-EU)
	03	Labour market regulations (e.g. working hours, wage policy; unemployment insurance, unemployment regulation)
	04	Health care (policy)
	05	Retirement and pensions (policy)

	06 Social housing (including poverty, social assistance) (policy) 07 Youth (policy) 08 Family policy (e.g. child care, parental leave)  09 Other social and labor market topics
<b>TOPIC03 Education and research</b>	01 EU education policy 02 Education policy (non-EU) 03 Science and research policy  04 Other education and research topics
<b>TOPIC04 Law and order</b>	01 EU police collaboration 02 Crime prevention policy 03 Fight against terrorism 04 Intelligence service 05 Data and personal information security 06 Courts, trials, court decisions 07 Crime (robbery, mugging, killing)  08 Other law and order topics
<b>TOPIC05 Immigration</b>	01 EU immigration policy - regulating immigration from outside the EU (e.g. refugees, asylum, EU border protection) 02 Immigration policy (non-EU) - regulating immigration from outside the EU 03 Migration / immigration policy – regulating migration within the EU (e.g. labour migration from Eastern European countries or Southern European countries to the Northern member states) 04 Immigrant integration 05 Multiculturalism (cultural diversity, cultural plurality) 06 Anti-Islam  07 Other immigration topics
<b>TOPIC06 International Affairs</b>	<b>01</b> EU foreign affairs regarding Crimean Crisis ( <i>incl. conflicts in eastern Ukraine</i> ) 02 Foreign affairs regarding Crimean Crisis (non-EU) 03 EU foreign affairs general (e.g. EU-China, EU-Russia, EU-US relations, European neighbourhood policy) 04 Foreign affairs general (non-EU; e.g. relations Germany-US, UK's role in the UN; relations between states or (international) political organizations) 05 EU defence / peace-keeping / EU security 06 Defence / peace-keeping / national security (non-EU; e.g. France sending troops to peace-keeping mission in Africa) 07 Armed forces (modernization, structure, expenditure, military strength) 08 Military cooperations / treaties / obligations (e.g. membership, obligations, NATO)  09 Other international affairs topic
<b>TOPIC07 Culture and Other</b>	01 EU cultural and media / communication (policy) (arts, films/movies, theatre, music, media) 02 Cultural and media / communication (policy) (non-EU) (e.g. subsidies for theatre's, movies, music etc.; the export of own culture, language etc.) 03 Human interest (soft news: about prominent persons, celebrities, anniversaries, weddings, animals, strange/funny events, etc.) 04 Religion 05 Sports weather report/ forecast 06 (Natural) disasters (earthquakes, floods) 07 Accidents

	08 Other culture and soft news topics
<b>TOPIC08 Environment and Energy</b>	01 Climate policy 02 EU Energy policy – supply safety (e.g. securing energy supply, EU contracts with Gazprom and other suppliers) 03 Energy policy – supply safety (non-EU) 04 Energy policy – renewable energies (e.g. wind, solar, water) 05 Energy policy – fossil energies (e.g. fracking) 06 Energy policy – nuclear energy  07 Other EU environmental and energy topics 08 Other non-EU environmental and energy topics
<b>TOPIC09 Infrastructure</b>	01 EU transportation policy 02 Transportation policy (non-EU) 03 ICT policy (e.g. communication infrastructure) 04 Energy grid  05 Other technology and infrastructure topics
<b>TOPIC10 Agriculture and Food</b>	01 EU agricultural policy (e.g. subsidies for farmers, food safety, genetically modified food) 02 Agricultural policy (non-EU) 03 EU maritime affairs and fishery policy 04 Maritime affairs and fishery policy (non-EU) 05 Food safety 06 Food and public health  07 Other agriculture and food topics
<b>TOPIC11 Consumer protection</b>	01 EU consumer protection policy  02 Other consumer protection topics
<b>TOPIC12 Citizens’ rights</b>	01 Female rights and equality 03 Abortion 04 Immigrant rights 05 Minority rights (e.g. handicapped, gay marriage, children, elderly) 06 Private property and copyright rights  07 Other citizens’ rights topics (e.g. Human rights in general, civil liberties, equality before law)
<b>TOPIC13 Constitutional questions and functioning of EU</b>	01 Division of power <i>between political institutions</i> (e.g. between Parliament and Government, between the Council and the European Parliament, separation of church and state) 02 Division of power <i>between political levels</i> (e.g. delegation and transference of decision-making power between Brussels and the national level; between regional and national levels; federalism, regional autonomy AND devolution; subsidiarity) 03 EU’s <i>democratic deficit</i> (e.g. distance or ‘gap’ between the EU and its citizens or the responsiveness of the EU towards its citizens, citizens feeling not represented or understood by the EU) 04 Division of power <i>between the people and the political system</i> (e.g. democracy, referendums, sovereignty of the people); non-EU 05 Other <i>rules of decision-making</i> (e.g. qualified majority voting, EU treaties, right to veto, other treaty reforms)  06 Competences of the European Parliament (power, legislative procedures) 07 Competences of the European Commission (Powers of the European Commission)

	08 Competences of the European Council/Council of Ministers (Powers of the European Council/Council of Ministers) 09 Competences of the European Court of Justice (references to the powers of the European Court of Justice) 10 European Central Bank functioning and power 11 Power and position of the EU presidency of member state 12 Power and position European Council President/Presidency (Rompu position) 13 Power and position European Commission President/Presidency (Barroso position) 14 Power and position external affairs (Ashton position) 15 Power and position Eurogroup leader (Dijsselbloem)  16 Other EU polity / constitutional topic  <b>17 EU integration (new code)</b>
<b>TOPIC14 Territorial questions</b>	01 EU-Membership (existing) (e.g. British referendum on EU membership) 02 Enlargement (negotiations, criteria, pros and cons) of EU 03 Potential EU membership Turkey 04 Potential EU membership other (e.g. enlargement of EU with Croatia, Iceland, Macedonia, Bosnia-Herzegovina, Montenegro, Serbia, Kosovo)  05 Other territorial questions topics
<b>TOPIC15 Administration and bureaucracy (corruption)</b>	01 Executive and administrative efficiency 02 EU political corruption, fraud, scandals EU-level politicians or institutions, including regulations and anti-corruption measures (not abuse of EU funds by member states) 03 Political corruption non-EU: Fraud, scandals of non-EU (e.g. national, supranational) politicians or institutions, including regulations and anti-corruption measures  04 Other administration and bureaucracy topics
<b>TOPIC16 Elections</b>	01 European Elections: Candidates, politicians, parties; their images and strategic positions, personality, candidate MEP's personal character, background, leadership qualities 02 European Elections: Electioneering, campaigning (strategy, style, finance, fundraising, events, media appearances, endorsements, targeting of electoral groups, political marketing, publicity, advertising) 03 Media coverage of the campaign 04 European elections: Voters, public opinion, polls, (anticipated) electoral success 05 European Election: Voter turnout (e.g. expectations) 06 European Elections: List of party positions on issues (a "manifesto story") 07 European Elections: Voting procedures (e.g. electronic voting machines, foreign votes) 08 European Elections: Election laws, rules, regulations 09 European Elections: (Formal, public) debates (as an event) between parties, politicians 10 Political consequences of EP election outcome (e.g. for national-level politicians, parties, power in the) 11 EU policy profile of national political parties (e.g. party manifesto on EU integration issues) (only in context of EU elections) 12 Political party groups/alliances in European Parliament (e.g. political party group profile, internal affairs, conflict, organization, internal elections) 13 Vote advice for European Elections 14 Other EP election-related topics  15 Other National, regional, local elections in EU Countries 16 Other National elections in non-EU Countries
	1700 Other topics

